



# JURNAL EKONOMI SYARIAH TEORI DAN TERAPAN

Volume 9 No. 1 Januari 2022



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPEMILIKAN SAHAM PADA KELUARGA MUSLIM  
DI INDONESIA

Sal Shabia Azura Trisysty, Atina Shofawati

ANALISIS PENGARUH MOBILE BANKING DAN KEUANGAN INKLUSIF TERHADAP KINERJA  
KEUANGAN BANK SYARIAH DI INDONESIA PERIODE 2014-2019

Dahayu Bethari Widyandri, Nisful Laila

KINERJA REKSADANA SAHAM SYARIAH BERDASARKAN KEMAMPUAN PEMILIHAN SAHAM  
DAN KEMAMPUAN PENETAPAN WAKTU DI INDONESIA PERIODE MARET 2019 – MARET  
2021

Evan Yoga Adhi Sakti, Muhammad Nafik Hadi Ryandono

KEENGGANAN UMKM DI SEKITAR WISATA RELIGI DALAM MENGAMBIL PEMBIAYAAN BANK  
SYARIAH: SEBUAH STUDI DI MADURA

Nasrullah Nasrullah, Elfira Maya Adiba, Talitha Rahma Diar

PENGARUH DIGITAL ZAKAT TERHADAP PENGHIMPUNAN ZAKAT DAN KINERJA LEMBAGA  
AMIL ZAKAT

Muhammad Raihan Mauludin, Sri Herianingrum

PENGARUH PENGUMUMAN PSBB PERTAMA DKI JAKARTA TERHADAP PASAR SAHAM  
SYARIAH

Nur Rochmania, Puji Sukmaningrum

PENGARUH HERDING, EXPERIENCE REGRET DAN RELIGIOSITY TERHADAP KEPUTUSAN  
INVESTASI SAHAM SYARIAH PADA INVESTOR MUSLIM MILLENNIAL DENGAN FINANCIAL  
LITERACY SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Sari Fitriyani, Saiful Anwar

DETERMINAN NIATAN MAHASISWA TERHADAP WAKAF TUNAI SECARA ONLINE  
MENGUNAKAN MODIFIKASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL

A'yun Qolbi, Raditya Sukmana

REAKSI PASAR SAHAM TERHADAP MERGER BANK SYARIAH MILIK NEGARA

Mirna Ainurrachma, Imron Mawardi

PENGARUH EXPERIENTIAL QUALITY DAN EXPERIENTIAL VALUE TERHADAP BEHAVIORAL INTENTION PADA  
KOSMETIK HALAL

Karimah Tri Lestari, Ririn Tri Ratnasari

KAUSALITAS PERTUMBUHAN EKONOMI, ENERGI TERBARUKAN DAN DEGRADASI LINGKUNGAN PADA  
NEGARA ORGANISASI KERJASAMA ISLAM

Adelia De Tsamara Khansa, Tika Widiastuti

PENGARUH E-WOM DAN BRAND IMAGE TERHADAP ONLINE PURCHASE INTENTION

FASHION MUSLIM PADA MILENIAL SURABAYA

Virda Yusniawati, Ari Prasetyo

Departemen Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Airlangga