

## Pengaruh Layanan Perbankan Digital Terhadap Minat Generasi Z Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Remaja Di Tanjung Kemala)

**Rofiqoh**

Prodi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Baturaja, Sumatera Selatan, Indonesia  
 Email: rofiqob@gmail.com

Article	Abstract
<p><b>Keywords:</b>  <i>Digital Banking Services, Generation Z, Generation Z Interests, Islamic Banking</i></p> <p><b>Article History</b>            Received: 18-07-2025;            Reviewed: 03-08-2025;            Accepted: 05 08, 2025;            Published: 07-08-2025;</p>	<p><i>This study aims to test the assumption regarding the influence of digital banking services (X) on the interest of Generation Z (Y). The approach used in this study was quantitative, with data collection using a closed-ended questionnaire distributed to 92 adolescents in Tanjung Kemala, representing Generation Z. The data obtained were analyzed using multiple regression with the aid of SPSS version 21 software. The results of the study revealed several important findings, namely: (1) All statement items used in the questionnaire were declared valid and reliable, as indicated by a correlation coefficient (r calculated) value greater than r table; (2) The independent variables were able to explain 65.10% of the variation in the dependent variable, while the remaining 34.90% was influenced by factors outside the model; (3) Simultaneously, the regression model constructed showed that the independent variables had a significant effect on the dependent variable, making the model suitable for predicting interest in Generation Z; and (4) Partially, digital banking services (X1) were proven to have a significant influence on interest in Generation Z (Y). These findings empirically support the alternative hypothesis (Ha) proposed in the study..</i></p>

Kata Kunci	Abstrak
<p>Layanan Perbankan Digital, Generasi Z, Minat Generasi Z, Perbankan Syariah</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk menguji asumsi mengenai pengaruh layanan perbankan digital (X) terhadap ketertarikan generasi Z (Y). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner tertutup yang disebarakan kepada 92 remaja di Tanjung Kemala sebagai representasi generasi Z. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan regresi berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 21. Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan penting, yaitu: (1) Seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner dinyatakan valid dan reliabel, ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar dari r tabel; (2) Variabel bebas mampu menjelaskan variasi pada variabel terikat sebesar 65,10%, sementara sisanya sebesar 34,90% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model; (3) Secara simultan, model regresi yang dibangun menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sehingga model tersebut layak digunakan untuk memprediksi ketertarikan generasi Z; dan (4) Secara parsial, layanan perbankan digital (X1) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ketertarikan generasi Z (Y). Temuan ini secara empiris mendukung hipotesis alternatif (Ha) yang diajukan dalam penelitian..</p>



Copyright ©2025 by Rofiqoh, et.al. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. All writings

## PENDAHULUAN

Generasi Z adalah kelompok yang memiliki potensi besar bagi industri perbankan syariah di Indonesia. Hubungan erat generasi Z dengan teknologi digital menunjukkan bahwa generasi ini dapat menjadi pendorong bagi masa depan yang cerah bagi perbankan syariah. Walaupun perkembangan layanan perbankan digital dan produk inovatif semakin pesat, tidak semua individu dari generasi Z menjadikan perbankan syariah sebagai pilihan utama mereka. Hal ini mungkin terjadi bukan hanya karena pemahaman yang terbatas dari generasi Z mengenai prinsip syariah, tetapi juga disebabkan oleh minimnya upaya sosialisasi yang efektif yang menyentuh minat generasi ini terhadap perbankan syariah.

Tujuan dari layanan perbankan digital adalah untuk memenuhi harapan generasi Z sebagai klien bank syariah. Kepuasan dari generasi Z ini sangat krusial bagi bank syariah yang beroperasi dalam bidang layanan dan jasa. Generasi Z tidak ragu untuk berpindah ke bank lain jika mereka merasa tidak mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui layanan perbankan digital. Berdasarkan kenyataan ini, bank syariah dituntut untuk berpikir kreatif dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan studi kasus dengan metode kuantitatif, mengumpulkan data dari sumber primer melalui penyebaran kuesioner yang bersifat tertutup dan terstruktur kepada Remaja di Tanjung Kemala. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan sebab-akibat antara berbagai variabel yang kemudian dianalisis menggunakan statistik.

Sumber populasi dalam penelitian ini adalah 1100 Remaja Tanjung Kemala. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probabilitas dengan metode random sederhana. Dengan menerapkan rumus Slovin, akhirnya didapatkan sampel yang terdiri dari 92 remaja Tanjung Kemala. Metode pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tertutup yang berasal dari sampel penelitian yang melibatkan 92 remaja di Tanjung Kemala, mewakili generasi Z sebagai responden dan elemen penelitian. Kuesioner ini disebarkan dengan mengharuskan responden untuk secara lengkap mengisi setiap poin yang telah disiapkan oleh peneliti. Terdapat total 15 pertanyaan yang disajikan, di mana 5 di antaranya berkaitan dengan variabel layanan perbankan digital (X) dan 5 lainnya terkait dengan variabel minat generasi Z (Y). Jadi, ke-92 remaja dari Tanjung Kemala harus memilih satu jawaban dari tiga puluh pernyataan yang telah disusun oleh peneliti dengan menandai kolom jawaban yang tepat menggunakan tanda cek ( $\checkmark$ ). Pilihan yang sangat setuju (SS) memiliki nilai 5, setuju (S) bernilai 4, tidak setuju (TS) bernilai 3, ragu (RR) bernilai 2, dan kurang setuju (KS) bernilai 1. Kuesioner ini dirancang dengan menggunakan skala berjenjang.

Penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linear berganda menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat yang olah datanya dibantu dengan Statistical Program for Social Science (SPSS) versi 21. SPSS merupakan program aplikasi

komputer untuk menganalisis data statistik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 15 pernyataan yang telah disiapkan oleh peneliti untuk menilai keabsahan kuesioner yang digunakan dalam mengevaluasi variabel layanan perbankan digital (X), serta minat dari generasi Z (Y), semuanya terbukti valid karena setiap nilai  $r$  hitung untuk ketiga variabel tersebut melebihi nilai  $r$  tabel yang ditetapkan sebesar 0,2028. Perolehan nilai  $R^2$  Square yang tercantum dalam Tabel 4 menunjukkan angka 0,651 yang mencerminkan nilai koefisien determinasi. Ini menunjukkan bahwa 65,10% dari variasi bebas dapat dijelaskan oleh variabel terikat, sementara 34,90% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini.

Hasil dari uji  $t$  pada ringkasan analisis regresi yang terdapat dalam Tabel 4 adalah sebagai berikut: Nilai  $t$  yang dihitung untuk variabel layanan perbankan digital (X) mencapai 5,132, sementara nilai  $t$  pada tabel adalah 1,99. Di sisi lain, nilai Sig. tercatat sebesar 0,000, yang nilainya lebih rendah dari 0,05. Ini berarti kita menerima  $H_0$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel layanan perbankan digital (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat generasi Z (Y).

Temuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Semua item pernyataan yang diajukan menunjukkan validitas dan reliabilitas yang baik, karena nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari  $r$  tabel;
- (2) Variabel bebas menjelaskan variasi pada variabel terikat sebesar 65,10%, sementara 34,90% sisanya disebabkan oleh faktor lain;
- (3) Model regresi menunjukkan bahwa variabel bebas secara simultan memengaruhi variabel terikat, sehingga model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat;
- (4) Layanan perbankan digital (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ketertarikan generasi Z (Y). Temuan ini mendukung hipotesis yang menerima  $H_0$ .

## SIMPULAN

Penelitian ini mendukung hipotesis yang menerima  $H_0$ . Dengan kata lain, layanan perbankan digital (X) dan kedua variabel tersebut mempunyai dampak yang signifikan terhadap minat generasi Z (Y). Di samping itu, semua item dari pernyataan yang diajukan terbukti valid dan dapat dipercaya karena nilai  $r$  yang dihitung lebih tinggi daripada  $r$  tabel. Setelah itu, semua variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen sebesar 65,10%, sementara sisanya sebesar 34,90% disebabkan oleh faktor lain. Selanjutnya, model regresi pada variabel independen secara bersamaan memengaruhi variabel dependen, sehingga model regresi variabel independen dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Temuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Semua item pernyataan yang diajukan menunjukkan validitas dan reliabilitas yang baik, karena nilai  $r$  yang dihitung lebih besar dari  $r$  tabel;
- (2) Variabel bebas menjelaskan variasi pada variabel terikat sebesar 65,10%, sementara 34,90% sisanya disebabkan oleh faktor lain;
- (3) Model regresi menunjukkan bahwa variabel bebas secara simultan memengaruhi variabel terikat, sehingga model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel terikat;

- (4) Layanan perbankan digital (X1) memberikan pengaruh yang signifikan terhadap ketertarikan generasi Z (Y). Temuan ini mendukung hipotesis yang menerima Ha.

#### SARAN

Sebenarnya, studi ini memiliki sejumlah kelemahan. Oleh karena itu, dianjurkan untuk peneliti berikutnya untuk meneruskan kajian ini demi memperoleh inovasi serta celah penelitian di masa mendatang. Namun, penting untuk tetap memperhatikan prinsip-prinsip pemikiran ilmiah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. (2023). Efek Perilaku dan Persepsi Milenial terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 12(2), 214-230.
- Amsari, S., Anggara, W., & Suparmin, S. (2023). Point of View Islam terhadap Fenomena Celebrity Endorsement sebagai Daya Jual Produk di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1849-1858.
- Anjani, D. A. D., Misidawati, D. N. M. D. N., & Awali, H. A. H. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 124-134.
- Apriyanti, H. W. (2018). Model Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 83-104.
- Ardiansyah, T. (2020). Kreativitas dan Inovasi dalam Berwirausaha. *Jurnal Usaha*, 1(2), 19- 25.
- Aripin, N. T., Fatwa, N., & Hannase, M. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 29-45.
- Cupian, C., Valentino, U., & Noven, S. A. (2022). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah pada Generasi Z: Studi Kasus di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1679-1688.
- Damayanti, I., Siregar, P. A., Marisa, M., Hafizhah, A., Marbun, M. I., & Alfikri, M. N. (2024). Pengelolaan Investasi dalam Bisnis Syariah: Strategi di Era Digital. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1(2), 191-196.
- Fatmawati, E. F. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Brand Image terhadap Penggunaan Layanan Digital Perbankan Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1023-1033.
- Fauzi, M. C., Hasan, A., & Lutfi, M. (2024). Peran Literasi keuangan, Promosi, dan Religiusitas terhadap minat generasi Z pada Bank Syariah di Kabupaten Kudus. *An Nawawi*, 4(1), 41-54.
- Gazali, H. (2021). *Islam Untuk Gen Z: Mengajarkan Islam, Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*. Jakarta: Wahid Foundation.

- Hamdat, A., Arfah, Kusuma, A.M., Cahya, B.T., Sri, D., Sriwardiningsih, E., Astri, F., Salam, K.N., Islamiah, M.H., Mandey, N.H.J., Lani, P., Nabila, R., & Dwita, V. (2020). *Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Mirra Buana Media.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22-33.
- Iqbal, M., & Hasan, A. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 333-356.
- Kristyowati, Y. (2021). Generasi "Z" dan Strategi Melayaninya. *Ambassadors: Journal of Theology and Christian Education*, 2(1), 23-34.
- Mawarni, R. (2021). Penerapan Digital Banking Bank Syariah Sebagai Upaya Customer Retention pada Masa Covid-19. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 9(2), 39-54.

Pengaruh Layanan Perbankan Digital Terhadap Minat Generasi Z Pada Perbankan Syariah  
(Studi Kasus Remaja Di Tanjung Kemala)  
**Rofiqoh**