



## **DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN *DIGITAL BANKING* SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG**

### ***DETERMINANTS OF THE INTEREST FOR USING SHARIA DIGITAL BANKING SERVICES ON GENERATION Z IN MALANG CITY***

Nailal Maghfiro<sup>1</sup>, Eka Wahyu Hestya Budianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>(Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia)

<sup>1</sup>200503110072@student.uin-malang.ac.id, <sup>2</sup>wahyu.ala@uin-malang.ac.id

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi minat menggunakan layanan digital banking syariah dan pengaruhnya terhadap Generasi Z di Kota Malang. Analisis ini menggunakan empat variabel: variabel keamanan (X1), variabel kenyamanan (X2), variabel kepercayaan (X3), dan variabel minat (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer pada penelitian ini memanfaatkan data kuesioner yang didistribusikan melalui gform. Populasi pada penelitian ini adalah generasi Z di Kota Malang serta sampel sejumlah 120 responden. Teknik probability sampling dan metode propotional random sampling digunakan dalam pengambilan sampel penelitian. Data dianalisis dan diuji menggunakan aplikasi SPSS 24. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital banking syariah pada generasi Z di Kota Malang. Dapat disimpulkan apabila salah satu dari variabel-variabel bebas tersebut menurun, maka minat menggunakan layanan digital banking syariah pun berkurang.

**Kata Kunci:** Keamanan; Kenyamanan; Kepercayaan; Minat; Layanan Digital Banking; Generasi Z

#### **Abstract**

*This research aims to analyze the factors that influence interest in using sharia digital banking services and their influence on Generation Z in Malang City. This analysis uses four variables: security variable (X1), convenience variable (X2), trust variable (X3), and interest variable (Y). The type of research used is quantitative with a descriptive approach. Primary data in this study used a questionnaire distributed via Google Forms. The population in this study was Generation Z in Malang City and the research sample was 120 respondents. The sampling method in this research used proportional random sampling with probability sampling techniques. Data analysis and testing techniques use the SPSS 24 application. Based on the research results, it show that the variables of security, convenience, and trust have a significant effect on interest in using sharia digital banking services among Generation Z in Malang City. It can be concluded that if one of the three independent variables decreases, then interest in using sharia digital banking services will decrease.*

**Keywords:** Security; Convenience; Trust; Interest; Sharia Digital Banking Services; Generation Z

## **PENDAHULUAN**

Laju perkembangan teknologi yang dinamis dan semakin cepat mempengaruhi aktivitas masyarakat yang menyebabkan adanya transformasi teknologi. Teknologi informasi memiliki



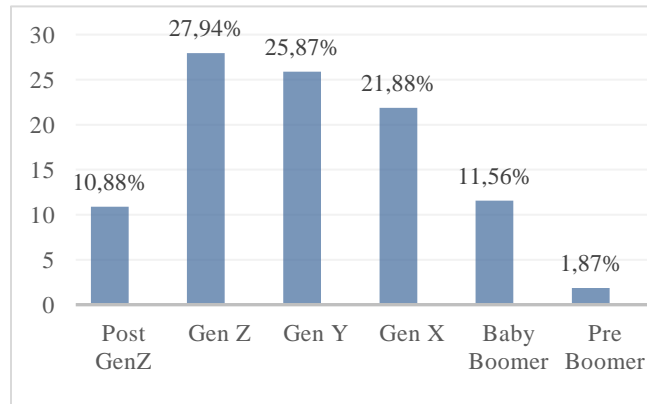
berbagai bidang teknologi sesuai kebutuhan yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, kenyamanan, dan kemudahan dalam setiap aspek kehidupan manusia. Dampak dari teknologi digital sangat besar terhadap perilaku manusia seperti membayar menggunakan non-tunai atau *digital payment*, padahal zaman dahulu masyarakat hanya mengandalkan pembayaran tunai. Diperoleh dari Bank Indonesia (BI) yang menunjukkan total transaksi digital meningkat sebesar 35,79% di kuartal III tahun 2022. Pada tahun 2022 total keseluruhan nilai transaksi elektronik meningkat 32,27% dari tahun ke tahun hingga mencapai Rp. 404 triliun (Warjiyo, 2022).

Perbankan syariah hadir sebagai wadah yang membantu meningkatkan minat serta kepercayaan masyarakat dalam memanfaatkan layanan *digital banking* syariah. Oleh karena itu perbankan syariah harus praktis, inovatif, dan kreatif agar masyarakat tertarik untuk memanfaatkan layanan *digital banking* syariah. Selain itu perbankan syariah harus memahami apa yang dibutuhkan oleh masyarakat khususnya Generasi Z, sehingga tertanam rasa percaya dan nyaman dalam memanfaatkan layanan *digital banking* syariah. Dikarenakan minat menggunakan merupakan faktor utama dalam industri perbankan syariah (Ida *et al.*, 2020).

Berkembangnya populasi di dunia serta didukungnya pertumbuhan ekonomi yang mana melahirkan berbagai generasi salah satunya Generasi Z. Generasi Z atau yang sering kita sebut Gen Z merupakan generasi pertama yang mengenal teknologi sejak dini. Menurut Wafa & Soedarmadi (2021) Generasi Z adalah mereka yang lahir di antara rentang 1995 – 2012, yang memiliki berbagai ciri dan karakteristik. Mereka juga tumbuh bersama dengan pesatnya teknologi yang semakin memuncak (Alfaruqy, 2022). Generasi Z juga dikenal sebagai manusia yang menyukai hal-hal instan dan praktis tanpa memerlukan usaha yang besar. Saat ini banyak orang yang menggunakan uang elektronik yang dianggap lebih efektif dan efisien berbeda dengan generasi sebelumnya yang lebih sering menggunakan uang non elektronik (Hamzah & Sukma, 2021).

Sebagai populasi muslim terbesar di dunia Indonesia memiliki peluang pangsa pasar dan kemajuan ekonomi keuangan syariah (Batubara & Anggraini, 2022). Badan Pusat Statistik menjelaskan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada pertengahan tahun 2023 sebesar 278 juta jiwa. Berdasarkan tahun 2022 Gen Z memiliki jumlah populasi terbanyak dibandingkan generasi lainnya, disajikan dalam gambar berikut:

**Gambar 1**  
**Populasi Penduduk Berdasarkan Generasi Tahun 2022**



Sumber: Badan Pusat Statistik

Pada gambar diatas menunjukkan bahwa populasi penduduk berdasarkan generasi tahun 2022 yaitu Post Gen Z sebesar 10,88%, Gen Z sebesar 27,94%, Gen Y sebesar 25,87%, Baby Boomer sebesar 11,56%, dan Pre Boomer sebesar 1,87%. Dapat diartikan populasi penduduk paling dominan pada tahun 2022 adalah Generasi Z.

Menurut Dirjen Dukcapil Zudan Arif Fakhrulloh mengatakan bahwasannya Generasi Z memiliki banyak peluang dan potensi bagi industri perbankan syariah. Selain itu mereka dianggap bertanggung jawab dan prospektif bagi digitalisasi perbankan syariah. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pangsa pasar keuangan syariah per Juni 2022 sebanyak 10,41% mengalami peningkatan daripada tahun sebelumnya, namun jika dibandingkan dengan industri bank konvensional masih lebih jauh. Dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat terhadap keuangan syariah cukup terbilang rendah dibandingkan keuangan konvensional. Hal ini tidak sejalan dengan jumlah penduduk muslim sebesar 86% dari total penduduk Indonesia.

Dari pemaparan diatas menyebutkan bahwa Generasi Z memiliki potensi yang luar biasa bagi kemajuan pangsa pasar keuangan syariah di masa yang akan datang. Namun tidak semua Generasi Z minat dalam menggunakan layanan *digital banking* syariah. Pasalnya perbankan syariah dikenal kurang berinovasi serta daya saing yang masih rendah dibandingkan industri keuangan konvensional. Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab kurangnya minat menggunakan layanan *digital banking* syariah, yaitu keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan.

Menurut Kehista *et al.*, (2023) keamanan merupakan suatu perlindungan terhadap sumber-sumber fisik maupun konseptual dari ancaman manusia atau alam. Menurut Triandi (2019) keamanan informasi pada layanan *digital banking* merupakan pelindung dari berbagai bentuk ancaman guna menjamin berjalannya bisnis, meminimalisir resiko, meningkatkan laba. Penelitian yang dilakukan oleh Khotijah (2023) menegaskan bahwa terdapat keterkaitan antara keamanan dengan minat menggunakan layanan *digital banking* syariah. Namun hal tersebut bertentangan dengan studi Mukhtisar *et al.*, (2021) yang menjelaskan bahwa tidak adanya keterkaitan antara keamanan dengan minat menggunakan layanan *digital banking* syariah. Dengan demikian para



calon nasabah belum tentu minat menggunakan layanan *digital banking* syariah meskipun layanan tersebut sudah terjamin aman.

Kenyamanan merupakan salah satu faktor penting dalam minat menggunakan, sebab masyarakat sangat memperhatikan kenyamanan dalam bertransaksi. Menurut Keliat, *et al* (2015) kenyamanan adalah rasa nyaman yang tertanam secara lahir dan batin pada diri seseorang. Apabila seseorang merasa nyaman menggunakan layanan *digital banking*, maka mereka akan menggunakannya berulang kali (Woelandari P.G, *et al.*, 2019). Pada penelitian Rozi & Ziyad (2019) menegaskan bahwa terdapat keterkaitan antara kenyamanan dengan minat menggunakan layanan *digital banking*. Namun berbanding terbalik pada penelitian Pulungan (2022) yang menjelaskan bahwa tidak adanya pengaruh kenyamanan terhadap minat menggunakan layanan *digital banking*. Sehingga dapat dikatakan apabila nasabah merasa nyaman belum tentu mereka minat menggunakan layanan *digital banking* syariah.

Selain keamanan dan kenyamanan faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *digital banking* syariah yakni kepercayaan. Kepercayaan merupakan keyakinan yang dapat memenuhi kewajiban dan harapan pada diri seseorang, namun tidak semua berjalan sesuai yang diinginkan. Dalam kondisi tersebut kita harus mengantisipasi resiko-resiko yang mungkin terjadi, dengan adanya kepercayaan yang nantinya pihak yang terlibat akan bersedia untuk mempertanggungjawabkan tindakannya (Priyono, 2017). Dasar dari kepercayaan dapat berupa reputasi organisasi atau relational experience (Rahmad *et al.*, 2017). Pada penelitian Woelandari P.G, *et al* (2019) menegaskan bahwasannya terdapat keterkaitan antara kepercayaan dengan minat menggunakan layanan *digital banking*. Berbeda pada penelitian Agustina *et al.*, (2018) yang menjelaskan bahwa tidak adanya keterkaitan antara kepercayaan dengan minat menggunakan layanan *digital banking*.

Berdasarkan pemaparan diatas dan beberapa penelitian terdahulu, maka perlu diadakannya pengkajian ulang mengenai apa saja faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *digital banking* syariah pada Generasi Z.

## METODOLOGI

Peneliti menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif dengan data primer berupa kuesioner yang disebarakan melalui. Populasi penelitian yaitu seluruh Generasi Z terutama mahasiswa yang berada di Kota Malang. Peneliti menggunakan 120 sampel yang berasal dari jumlah indikator x 5 mengikuti total 24 pertanyaan, sehingga  $24 \times 5 = 120$  responden (Hair, *et al* 2010). Teknik probability sampling dan metode propotional random sampling digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini. Pada teknik analisis data penelitian menggunakan regersi linier berganda.

## Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan tanda yang ditujukan kepada subjek penelitian sehingga tujuan riset dapat sesuai harapan. Terdapat 120 responden yang akan disebarakan di lokasi penelitian. Penelitian ini memiliki karakteristik berdasarkan instansi, jenis kelamin, usia, bank syariah yang digunakan, dan layanan *digital banking*. Hal tersebut diperlukan agar memberikan kejelasan dari subjek penelitian yang berkaitan dengan tujuan penelitian (Mujiaty *et al.*, 2022).



**Tabel 1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Instansi**

<b>Instansi</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
UIN Malang	70	85,3%
Univ. Brawijaya	18	15%
Univ. Negeri Malang	8	6,7%
Univ. Islam Malang	6	5%
Lainnya	18	15%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan karakteristik pada tabel 1 diketahui bahwa penelitian ini terdapat 120 responden yang berinstansi di UIN Malang sejumlah 70 atau 85,3%, Univ. Brawijaya sejumlah 18 atau 15%, Univ. Negeri Malang sejumlah 8 atau 6,7%, Univ. Islam Malang sejumlah 6 atau 5%, dan lainnya sejumlah 18 atau 15%. Dapat ditinterpretasi sebelumnya dapat disimpulkan bahwa responden yang paling dominan berasal dari instansi UIN Malang.

**Tabel 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	33	27,5 %
Perempuan	87	72,5 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan karakteristik pada tabel 2 diketahui bahwa penelitian ini terdapat 120 responden yang berjenis kelamin yaitu laki-laki sejumlah 33 atau 27,5% dan perempuan sejumlah 87 atau 72,5%. Dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
17-21 tahun	62	51,7 %
22-26 tahun	58	48,3 %
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024



Berdasarkan karakteristik pada tabel 3 diketahui bahwa penelitian ini terdapat 120 responden yaitu berusia 17-21 tahun sejumlah 62 atau 51,7% dan 22-26 tahun sejumlah 58 atau 48,3%. Dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak pada usia sekitar 17-21 tahun.

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah Digunakan**

Nama Bank	Jumlah	Persentase
Bank Syariah Indonesia (BSI)	75	62,5 %
Bank Muamalat	8	6,7%
BCA Syariah	12	10%
Lainnya	25	20,8%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan karakteristik pada tabel 4 diketahui bahwa penelitian ini terdapat 120 responden yang menggunakan bank syariah yaitu BSI sejumlah 75 atau 62,5%, Bank Muamalat sejumlah 8 atau 7,7%, BCA Syariah berjumlah 12 atau 10%, dan lainnya 25 atau 20,8%. Sehingga disimpulkan bahwa responden banyak menggunakan BSI dalam layanan *digital banking*.

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Digital Banking Yang Digunakan**

Layanan	Jumlah	Persentase
Mobile Banking	112	93,3%
Internet Banking	5	4,2%
SMS Banking	1	0,8%
Lainnya	2	1,7%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan karakteristik pada tabel 5 diketahui bahwa penelitian ini terdapat 120 responden yang menggunakan layanan *digital banking* yaitu *mobile banking* sejumlah 112 atau 93,3%, *internet banking* sejumlah 5 atau 4,2%, *SMS banking* sejumlah 1 atau 0,8%, dan lainnya sejumlah 2 atau 1,7%. Dapat disimpulkan bahwa responden dominan menggunakan *mobile banking* dibandingkan layanan *digital banking* lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlunya analisis dan uji coba pada penelitian ini agar dapat mengetahui validitas dan reliabilitas sehingga diketahui layak atau tidak layaknya instrumen data yang digunakan. Sebelum dilakukannya uji data kuesioner dibagikan terlebih dahulu kepada responden dengan jawaban yang diberi skor 1-5.



## Uji Instrumen Data

### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan apakah instrumen data (kuesioner) dapat dinyatakan valid atau tidak valid. Dengan menggunakan nilai sig 0,5 serta syarat jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka indikator pertanyaan dapat dikatakan valid. Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka indikator pertanyaan dikatakan tidak valid (Ghozali, 2018).

Berdasarkan uji validitas pada variabel keamanan (X1), kenyamanan (X2), kepercayaan (X3), dan Minat (Y) dengan jumlah 24 indikator yang semuanya memiliki  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu 0,178 maka semua variabel indikator pertanyaan dikatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui seberapa mirip hasil pengukuran dengan objek dan data yang sama (Sugiyono, 2017). Menurut Ghozali (2016) suatu instrumen apabila bernilai *cronbach's alpha*  $>$  0,6 maka dinyatakan reliabel.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Jumlah Indikator	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket
24	0,977	Reliabel

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas dengan nilai *cronbach's alpha*  $>$  0,6 yaitu 0,977  $>$  0,6 maka dapat dinyatakan 24 indikator pertanyaan pada penelitian ini reliabel.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji suatu model statistik yaitu variabel independen dan variabel dependen serta apakah kedua variabel tersebut berdistribusi secara normal atau tidak (Ghozali, 2016). Dinyatakan normal apabila nilai sig  $>$  0,5 serta penelitian ini menggunakan uji *kolmogrov smirnov* dalam uji statistik.

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Normalitas**

	<i>Unstandardized Residual</i>	Ket
N	120	Data berdistribusi normal
	0,200	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024





Diketahui dari tabel 7 bahwa nilai sig pada uji normalitas dengan uji *kolmogrov smirnov* menggunakan metode *monte carlo* sebesar  $0,200 > 0,05$  maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah setiap variabel secara linier saling berhubungan atau tidak. Nilai toleransi dan *Variance Inflation Factro* (VIF) adalah dua indikator yang dapat digunakan untuk menunjukkan uji multikolinieritas (Ghozali, 2016). Apabila nilai VIF  $< 10$  maka dapat dinyatakan tidak mengalami multikolinieritas atau tidak berbahaya.

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	VIF	Ket
Keamanan	1,002	Tidak ada multikolinieritas
Kenyamanan	1,158	Tidak ada multikolinieritas
Kepercayaan	1,155	Tidak ada multikolinieritas

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan uji multikolinieritas diatas pada nilai VIF untuk variabel keamanan ( $X_1$ ) 1,002  $< 10$ , kenyamanan ( $X_2$ ) 1,158  $< 10$ , serta kepercayaan ( $X_3$ ) 1,155  $< 10$ . Sehingga disimpulkan model regresi pada penelitian ini tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui perbedaan varian dan residual antar observasi. Apabila nilai t hitung  $< t$  tabel maka tidak mengandung heteroskedastisitas. Dilihat dari probabilitas signifikansi di atas kepercayaan 5%. Berikut hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 24.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	VIF	Ket
Keamanan	0,796	Tidak ada heteroskedastisitas
Kenyamanan	0,564	Tidak ada heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,958	Tidak ada heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Dari uji heteroskedastisitas diatas menggunakan metode glejser maka sig pada variabel keamanan sebesar 0,796, kenyamanan sebesar 0,564, serta kepercayaan sebesar 0,958 yang keseluruhannya  $> 0,05$  maka penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.





### Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menentukan apakah variabel independen terdapat pengaruh dua arah atau lebih terhadap variabel dependen dengan rumus

$$Y = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + e \quad (\text{Ghozali, 2018}).$$

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized coefficients	
	B	Std. Error
Constant	1,302	0,971
Keamanan	0,297	0,603
Kenyamanan	0,296	0,109
Kepercayaan	0,695	0,112

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut

$$Y = 1,302 + 0,297X_1 + 0,296X_2 + 0,695X_3 + e$$

Intepretasi persamaan regresi diatas yaitu:

Nilai *constant* minat (Y) sebesar 1,302 yang menyatakan jika variabel X1, X2, dan X3 sama dengan nol yaitu kemananan, kenyamanan, dan kepercayaan maka minat menggunakan adalah sebesar 1,302.

Koefisien X1 sebesar 0,297 jika terjadi peningkatan variabel keamanan sebesar 1 tingkat maka minat menggunakan meningkat sebesar 0,297 (29,7 persen) begitupun sebaliknya.

Koefisien X2 sebesar 0,296 jika terjadi peningkatan variabel kenyamanan sebesar 1% maka minat menggunakan meningkat sebesar 0,296 (29,6 persen) begitupun sebaliknya.

Koefisien X3 sebesar 0,695 jika terjadi peningkatan variabel kepercayaan sebesar 1% maka minat menggunakan meningkat sebesar 0,695 (69,5 persen) begitupun sebaliknya.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

**Tabel 11**  
**Hasil Uji T**

Model	t	Sig	Ket
Keamanan	4,714	0,000	H <sub>1</sub> diterima
Kenyamanan	2,716	0,008	H <sub>2</sub> diterima
Kepercayaan	6,180	0,000	H <sub>3</sub> diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024



Dari tabel 11 dapat diketahui bahwa:

Nilai  $t$  tabel  $>$   $t$  hitung yaitu  $4,714 > 1,981$  serta nilai  $\text{sig} < 0,05$  ( $0,000 > 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Nilai  $t$  tabel  $>$   $t$  hitung yaitu  $2,716 > 1,981$  serta nilai  $\text{sig} < 0,05$  ( $0,008 > 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.

Nilai  $t$  tabel  $>$   $t$  hitung yaitu  $6,180 > 1,981$  serta nilai  $\text{sig} < 0,05$  ( $0,000 > 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima.

## Uji F

**Tabel 12**  
**Hasil Uji F**

Model	F	Sig	Ket
<i>Regression Residual Total</i>	303,374	0,000	$H_0$ ditolak, $H_4$ diterima

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 12 bahwa nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel (303,374) serta nilai  $\text{sig}$   $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan variabel keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan mempengaruhi  $Y$  secara simultan sehingga  $H_4$  diterima.

## Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

R	R-Square	Adjusted R Square
0,942	0,887	0,884

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji  $r$  diatas dapat dinyatakan bahwa nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,884 atau 88,4% sehingga menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat. Sisa 11,6% yang mana dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar jangkauan penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa kemungkinan variabel bebas lainnya dapat mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking* syariah.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terkait layanan menggunakan *digital banking* syariah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dengan jenis kuantitatif menggunakan data primer maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Penelitian ini berdasarkan uji instrumen data pada variabel indikator pertanyaan dinyatakan valid dan reliabel
- 2) Penelitian ini berdasarkan uji asumsi klasik pada variabel indikator pertanyaan dinyatakan berdistribusi secara normal, serta variabel keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan tidak



mengalami multikolinieritas dan heteroskedastisitas terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan *digital banking* syariah.

- 3) Berdasarkan uji regresi linier berganda dengan persamaan  $Y = 1,302 + 0,297X_1 + 0,296X_2 + 0,695X_3 + e$  dengan nilai konstanta 1,302 serta nilai  $\beta$  sebesar 0,297, 0,296, dan 0,695, setiap peningkatan 1% maka minat menggunakan layanan *digital banking* syariah akan meningkat begitupun sebaliknya.
- 4) Berdasarkan uji T variabel keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan *digital banking* syariah.
- 5) Berdasarkan uji F variabel keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat Generasi Z menggunakan layanan *digital banking* syariah.
- 6) Berdasarkan uji R (keefisien determinasi) memperoleh *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,884 atau 88,4% diartikan bahwa determinasi variabel keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan memiliki hubungan yang kuat terhadap variabel minat Generasi Z menggunakan layanan *digital banking* syariah. Selisi 11,6% yang mana dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya di luar jangkauan penelitian ini.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z di Kota Malang menggunakan layanan *digital banking* syariah cukup kuat. Disarankan oleh peneliti sebaiknya pihak perbankan lebih memperhatikan dan mempertahankan kualitas pelayanan terutama pada layanan *digital banking*. Disisi lain perlu diadakannya penelitian selanjutnya guna memvalidasi serta mempertimbangkan variabel lain yang tidak terkait dalam penelitian ini.

### REFERENSI

- Agustina, R., Afriana, R. A., & Safrina, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking pada PT Bank Bukopin Tbk Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 255–268.
- Alfaruqy, M. Z. (2022). Generasi Z Dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orangtuanya. *PSYCHE: Jurnal Psikologi*, 4(1), 84–95. <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.658>
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.14165>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivarite dengan program IBM SPSS 23. Edisi ke-8*.
- Ghozali, I. (2018). *Pdf-Ghozali-2018\_Compress.Pdf*.
- Hair, J; Black, W; Babin, B; Prentice-Hall, R. A. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Hamzah, A., & Sukma, N. (2021). FACTORS THAT INFLUENCE THE INTEREST IN THE UTILIZATION OF SHARIA FINANCIAL TECHNOLOGY ON MILLENNIALS AND GENERATION Z. *Journal Economics and Business of Islam*, 6(2), 119–135. <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/TJEBI/index>



- Ida, I., Zaniarti, S., & Wijaya, G. E. (2020). Financial Literacy, Money Attitude, Dan Financial Management Behavior Generasi Milenial. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 406. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.9144>
- Kehista, A. P., Fauzi, A., Tamara, A., Putri, I., Fauziah, N. A., Klarissa, S., & Damayanti, V. B. (2023). Analisis Keamanan Data Pribadi pada Pengguna E-Commerce: Ancaman, Risiko, Strategi Kemanan (Literature Review). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 625–632. <https://dinastirev.org/JIMT/article/view/1541>
- Keliat, Budi; Setiawan, Heri; Wardani, I. (2015). Sign and Symptom and Ability to Control Violent Behaviour with Music Therapy and Rational Emotive Cognitive Behaviour Therapy. *Jurnal Ners*, 10, 233–341.
- Khotijah, S. (2023). Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Mujiaty, Y., Asmadi, I., Novayanti, D., & Octafiany, H. (2022). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Positioning Terhadap Pembelian Produk Chocولات Pt Garudafood Jakarta. *Jurnal Dimensi*, 11(2), 338–345. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i2.3976>
- Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M. ., & Evriyenni, SE., M. S. (2021). PENGARUH EFISIENSI, KEAMANAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT NASABAH BERTRANSAKSI MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI ULEE KARENG BANDA ACEH). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*. <http://shst.jp/Report/1980.html>
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan Dan Penggunaan Sms Banking. *Administrasi Bisnis*, 43(1), 36–43.
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102. <http://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/jsmk>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Triandi, B. (2019). Keamanan Informasi secara Aksiologi Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 6(5), 477–483. <http://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom/article/view/1556>
- Wafa, S., & Soedarmadi, Y. N. (2021). Subjective Well Being Pada Generasi Z Santri Ptyq Remaja Kudus. *Proyeksi*, 16(2), 183. <https://doi.org/10.30659/jp.16.2.183-197>
- Woelandari P.G, Dewi Sri; Setyawati, Novita Wahyu; Rianto, M. R. (2019). *Ease of Use, Convenience, Trust, dan Intention to Use*. 9(2), 1–11.