

**PENGARUH KEAMANAN DAN KENYAMANAN LAYANAN
DIGITAL BANKING TERHADAP MINAT GENERASI Z
DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN PERBANKAN
SYARIAH**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik
Ibrahim Malang)**

SKRIPSI



Oleh

AULA ROSYADAH

NIM : 19540055

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

**PENGARUH KEAMANAN DAN KENYAMANAN LAYANAN *DIGITAL*
BANKING TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM
MENGUNAKAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

AULA ROSYADAH

NIM : 19540055

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

SKRIPSI

Oleh

AULA ROSYADAH

NIM : 19540055

Telah Disetujui Pada Tanggal 20 Juni 2023



Dosen Pembimbing,

Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM

NIP. 197705062003122001

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan
Digital Banking terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan
Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN
Maulana Malik Ibrahim Malang)

SKRIPSI

Oleh

AULA ROSYADAH

NIM : 19540055

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima
Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Perbankan Syariah (S.E.) Pada 26 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

NIP. 197701232009121001

2 Anggota Penguji

Tiara Juliana Jaya, M.Si

NIP. 199207082019032020

3 Sekretaris Penguji

Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM

NIP. 197705062003122001

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP.197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aula Rosyadah

NIM : 19540055

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH KEAMANAN DAN KENYAMANAN LAYANAN *DIGITAL BANKING* TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang) adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 7 Juli 2023

Hormat saya,



Aula Rosyadah

NIM : 19540055

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan Digital Banking Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)” sebagai syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua.

Selama penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan dalam segala hal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan moril dan materil serta doa yang selalu tercurah untuk keberhasilan penulis.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.E.I selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
5. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibu Dr. Irmayanti Hasan, S.T., M.M., CMA selaku pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan civitas akademik Fakultas Ekonomi yang memberikan ilmu dan wawasan selama penulis menempuh studi di lingkungan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

8. Sahabat dan teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2019 khususnya kelas B yang telah memberikan dukungan dan semangat selama penulisan skripsi ini.
9. Sahabat kamar 19 dan teman-teman pondok yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang turut serta secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Penulis mencatat bahwa saat penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Malang, 18 Juni 2023

Aula Rosyadah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Minat.....	13
2.2.2 Keamanan	16
2.2.3 Kenyamanan	18
2.2.4 Layanan Digital	20
2.2.5 Digital Banking	21
2.2.6 Generasi Z	21
2.3 Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1 Pengaruh keamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.....	23
2.3.2 Pengaruh kenyamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.....	23

2.3.2 Pengaruh keamanan dan kenyamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah	23
2.4 Kerangka Konseptual	24
2.5 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.3.1 Populasi	26
3.3.2 Sampel	27
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.5 Data dan Jenis Data	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data	29
3.7 Definisi Operasional Variabel	29
3.8 Analisis Data	34
3.8.1 Uji Analisis Deskriptif	34
3.8.2 Uji Instrumen Data	34
3.8.1.1 Uji Validitas	34
3.8.1.2 Uji Reliabilitas	35
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	35
3.8.3.1 Uji Normalitas	35
3.8.3.2 Uji Multikolinieritas.....	36
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
3.8.3.4 Uji Autokorelasi.....	37
3.8.4 Regresi Linear Berganda	37
3.8.5 Uji Hipotesis	38
3.8.5.1 Uji t	38
3.8.5.2 Uji F	38
3.8.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	38
BAB IV PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian	39

4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1.1	Sejarah Bank Syariah Di Indonesia.....	39
4.1.1.2	Prinsip-Prinsip Dasar Perbankan Syariah	40
4.1.2	Deskripsi Karakter Responden	41
4.1.2.1	Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2.2	Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	42
4.1.2.3	Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan	42
4.1.2.4	Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Digital Banking yang Digunakan.....	43
4.1.3	Deskripsi Frekuensi Variabel	44
4.1.3.1	Variabel Keamanan.....	44
4.1.3.2	Variabel Kenyamanan.....	46
4.1.3.3	Variabel Minat	47
4.1.4	Hasil Uji Validitas	49
4.1.5	Hasil Uji Reliabilitas	52
4.1.6	Uji Asumsi Klasik	53
4.1.6.1	Uji Normalitas.....	53
4.1.6.1	Uji Multikolinieritas.....	54
4.1.6.1	Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.1.6.1	Uji Autokorelasi.....	56
4.1.7	Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.1.8	Uji Hipotesis.....	59
4.1.8.1	Uji t (Parsial).....	59
4.1.8.2	Uji F (Simultan)	60
4.1.9	Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	61
4.1	Pembahasan	63
BAB V PENUTUP		65
5.1	Kesimpulan.....	65
5.2	Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	42
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan .	42
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan Digital Banking yang Digunakan	43
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Keamanan	44
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Kenyamanan	46
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Minat	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan (X1)	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kenyamanan (X2)	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y).....	52
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi	57
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial)	59
Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan).....	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Persentase Penduduk Berdasarkan Generasi Tahun 2022	2
Gambar 1.2 Perbandingan mahasiswa yang menggunakan layanan <i>digital banking</i> dan yang tidak menggunakan	6

ABSTRAK

Rosyadah, Aula. 2023. SKRIPSI. Judul : “Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)”

Pembimbing : Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM., CMA

Kata Kunci : Keamanan, Kenyamanan, Layanan *Digital*, Minat dan Generasi Z

Perkembangan teknologi yang sangat pesat dan bergerak semakin cepat menyebabkan perubahan dalam kehidupan masyarakat. Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa transaksi *digital* mengalami peningkatan sebesar 35,79 persen kuartal III tahun 2022. Adanya transaksi digital yang mengalami peningkatan menyebabkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan digital meningkat. Minat digital ini berasal dari generasi Z, dimana Mayoritas pengguna layanan digital generasi ini sangat menggemari hal yang instan dan terkesan modern. Layanan perbankan melalui teknologi *digital* merupakan layanan yang ditawarkan bank untuk memudahkan nasabah melakukan sebuah transaksi perbankan melalui telepon pintar. Selain layanan baik yang diberikan oleh bank, faktor terkuat yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* yakni sebuah keamanan dan kenyamanan.

Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian kuantitatif dimana tujuannya untuk menguji hipotesis dengan pemahaman yang sudah ada. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel berupa teknik Probability Sampling dengan metode proportional random sampling. Menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai metode analisis dari perangkat *software SPSS 26*.

Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik sistem keamanan dan kenyamanan layanan yang diberikan oleh perbankan, maka semakin tinggi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *digital banking*.

ABSTRACT

Rosyadah, Aula. 2023. THESIS. Title : “The Effect of Service Security and Convenience Digital Banking Against the Interests of Generation Z in Using Sharia Banking Services (Study on Students of the Faculty of Economics, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)”

Advisor : Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM., CMA

Keywords : Security, Convenience, Service Digital, Interests and Generation Z

Technological developments are very fast and moving faster causing changes in people's lives. Bank Indonesia (BI) stated that the transaction digital experienced an increase of 35.79 percent in the third quarter of 2022. The existence of digital transactions that have increased has caused public interest in using digital services to also increase. The majority of service users digital This comes from generation Z, where this generation really likes things that are instant and seem modern. Banking services through technology digital is a service offered by banks to make it easier for customers to carry out banking transactions via smartphones. In addition to the good services provided by the bank, the strongest factor influencing customer interest in using the service digital banking namely a safety and comfort.

The type of research used is quantitative research where the goal is to test hypotheses with existing understanding. This study uses a sampling technique in the form of techniquesProbability Sampling by method proportional random sampling. Using multiple linear regression analysis as the method of analysis of the device software SPSS 26.

Based on the results of the study, the better the security and convenience of the services provided by the banking system, the higher the student interest in using the service digital banking.

مستخلص البحث

رشادة، أولى. 2023. البحث العلمي. العنوان : "تأثير أمان و راحة الخدمات المصرفية الرقمية على رغبة الجيل Z باستخدام الخدمات المصرفية الشريعة (دراسة على طلاب كلية الاقتصاد بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج)

المشرفة : الدكتورة إرمياني حسن الماجستير

الكلمات الرئيسية : الأمان، الراحة، الخدمات الرقمية، الرغبة، الجيل Z

التطورات التكنولوجية سريعة جدًا وتتحرك بشكل أسرع وهذا يسبب تغييرات في حياة الناس. صرح مصرف الإندونيسيا (BI) بأن المعاملات الرقمية قد زادت بنسبة 35.79 في المائة بالربع الثالث من عام 2022. وجود المعاملات الرقمية التي زادت، يسبب إلى زيادة رغبة المجتمع باستخدام الخدمات الرقمية. غالبية المستخدم هذه الخدمة الرقمية هو يأتي من الجيل Z، بحيث أنهم يحبون إلى الأشياء الفورية والحديثة. الخدمات المصرفية من خلال التكنولوجيا الرقمية هي خدمات التي تقدمه المصرف لتسهيل العملاء في إجراء المعاملات المصرفية عبر الهواتف الذكية. بالإضافة إلى الخدمات الجيدة التي تقدمه المصرف، فإن أقوى العوامل التي تؤثر على رغبة العملاء باستخدام الخدمات المصرفية الرقمية هي الأمان والراحة.

نوع البحث المستخدم هو البحث الكمي بحيث الهدف هو لاختبار الفرضيات بالفهم الحالي. استخدم هذا البحث أسلوب أخذ العينات بطريقة أخذ العينات العشوائية النسبية. وباستخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي المتعدد بطريقة تحليلية لبرنامج SPSS 26.

بناءً على نتائج البحث، تدل هذا البحث إذا كان نظام الأمان وراحة الخدمات التي تقدمه المصرف تكون أحسن من قبل، فزاد رغبة الطلاب باستخدام الخدمات المصرفية الرقمية.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

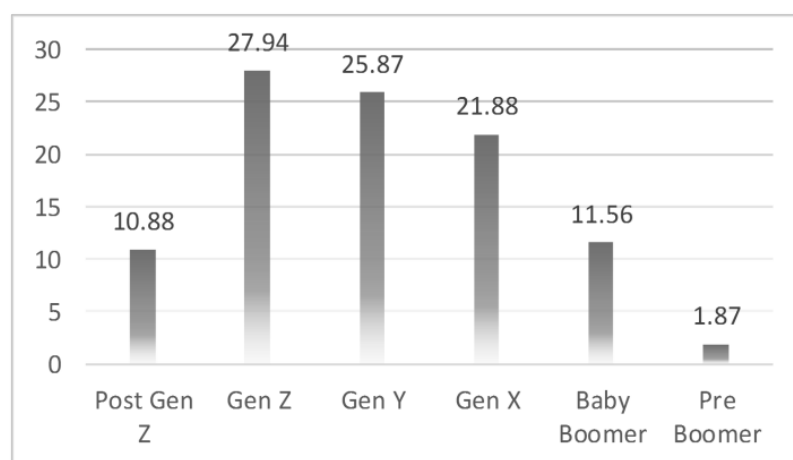
Teknologi berkembang dengan sangat cepat dan maju yang menyebabkan banyak transformasi dalam aktivitas dimasyarakat. Era teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam perilaku manusia. Salah satu perubahan yang dapat kita rasakan yakni pada sistem layanan *digital*. Jika pada zaman dahulu orang menggunakan pembayaran tunai, berbeda dengan zaman sekarang yang sudah berinovasi dengan transfer uang *digital*. Jumlah transaksi digital yang diperoleh dari catatan Bank Indonesia (BI) meningkat 35,79 persen kuartal III tahun 2022. Nilai transaksi uang elektronik tercatat tumbuh 35,79 persen *year-on-year* pada kuartal III 2022 dan untuk keseluruhan 2022 diproyeksikan meningkat 32,27 persen *year-on-year* hingga mencapai Rp404 triliun (Gubernur BI Perry Warjiyo, 2022).

Adanya transaksi digital yang mengalami peningkatan menyebabkan minat masyarakat dalam menggunakan layanan digital meningkat pula. Alasan minat masyarakat dalam menggunakan layanan *digital banking* meningkat dikarenakan dalam penerapannya yang dianggap lebih efisien dan dapat menghemat biaya, sehingga metode pembayaran ini lebih banyak diminati oleh nasabah (Gauray Sharma, 2017) dari Venture Skies. Mayoritas pengguna layanan *digital banking* ini berasal dari generasi Z, dimana generasi ini sangat menyukai hal-hal yang instan dan terkesan modern. Oleh karena itu, untuk menarik minat Generasi Z sebagai pengguna *digital banking*, bank syariah harus kreatif dan inovatif, mengetahui kebutuhan, keinginan, dan selera Generasi Z untuk menanamkan kepercayaan dalam penggunaan layanan perbankan syariah. Karena minat menjadi salah satu hal yang sangat bernilai dalam industri perbankan syariah (Ida *et al.*, 2020). Layanan yang dapat diakses nasabah dari jarak jauh dan tidak lagi dibantu secara langsung oleh customer *service/teller* yang merupakan layanan *digital banking*. Tentu hal tersebut sesuai dengan generasi Z yang menyukai hal-hal yang mudah dan praktis.

Generasi Z dianggap sebagai masyarakat yang menyukai barang instan dan dalam memperolehnya tidak dibutuhkan usaha yang besar. Generasi Z tumbuh beriringan dengan kemajuan teknologi sehingga mereka dapat berpikir kreatif, informatif, inovatif dan produktif. Mereka berteman baik dengan teknologi dan selalu melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupannya. Generasi Z merupakan orang-orang yang lahir antara tahun 1995 sampai 2012 yang dikenal dengan remaja internet atau generasi online, mereka adalah generasi yang lahir saat teknologi digital maju pesat (Wafa and Soedarmadi, 2021).

Indonesia sebagai pangsa pasar yang sangat berpotensi atas perkembangan keuangan syariah dan ekonomi, karena salah satu negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia adalah negara Indonesia (Candy and Batubara, 2022). Perkembangan layanan *digital banking* yang cepat akan menarik minat masyarakat khususnya Generasi Z untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Generasi Z saat ini mendominasi jumlah penduduk Indonesia yakni sebesar 27,94 persen. Indonesia akan mendapatkan pengaruh yang besar dengan adanya Generasi Z ini. Hal tersebut merupakan kesempatan strategis untuk perbankan syariah dalam meraih target *market share*, khususnya generasi Z yang melek akan teknologi.

Gambar 1.1 Persentase Populasi Penduduk Berdasarkan Generasi Tahun 2022



Sumber : Badan Pusat Statistik 2022

Adanya generasi Z yang dianggap penting bagi digitalisasi perbankan syariah sebagai pasar yang sangat menjanjikan. Dilihat dari kesehariannya, mereka tidak bisa jauh dari internet, sehingga layanan digital banking menjadi alternatif dengan kebiasaan Generasi Z yang selalu menginginkan hal yang efektif dan instan. Zudan Arif Fakhrulloh selaku Dirjen Dukcapil menjelaskan bahwa jumlah populasi masyarakat Indonesia saat ini sebanyak 275,361 juta jiwa yang mana didalamnya Generasi Z mendominasi pasar perbankan syariah dengan potensi tinggi. Populasi masyarakat Indonesia didominasi oleh generasi Z yang berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) kurang lebih 74,93 juta atau 27,94% penduduk berasal dari kelahiran 1995-2012. Jumlah tersebut membuat generasi Z menjadi pasar yang berpotensi untuk perbankan syariah di Indonesia dimasa yang akan datang.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pangsa pasar bank syariah 6,65% per Februari 2022, tentunya sangat berbeda dengan bank konvensional. Menurut Wimboh Santoso selaku Ketua Dewan Komisiner OJK berpendapat bahwa penyebab pangsa pasar yang masih rendah disebabkan masyarakat masih belum tertarik untuk memilih layanan perbankan syariah dibandingkan layanan perbankan konvensional, atau mungkin juga karena rendahnya literasi keuangan syariah dimasyarakat. Selain itu, minimnya nasabah bank syariah disebabkan oleh banyaknya pihak yang menilai bahwasannya bank syariah tidak sekomplit, secanggih dan semodern bank konvensional dilihat dari segi layanan ataupun produk, ujar Ahmad Buchori (2022) selaku Kepala Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Dalam peraturan OJK No.12/POJK.03/2018 mengenai Penyelenggaraan Layanan Perbankan *Digital* oleh Bank Umum, yang mengatur bahwa Bank menyelenggarakan layanan perbankan digital yang dapat menjadi produk lanjutan dari layanan perbankan elektronik, dengan memanfaatkan data nasabah secara optimal dalam rangka memberikan pelayanan kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan secara lebih mudah dan cepat serta nasabah bisa melakukannya secara mandiri dengan mengamati aspek keamanan dan kenyamanan. Layanan ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional nasabah dan kualitas

layanan perbankan. Tujuan diadakannya peraturan OJK ini untuk menjadi motivasi bagi perbankan. Hal tersebut diharapkan mampu memaksimalkan penggunaan teknologi dalam pemenuhan kebutuhan nasabah.

Layanan perbankan melalui teknologi *digital* merupakan penawaran layanan inovatif oleh bank yang memudahkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Kualitas layanan tentunya sangat dibutuhkan dalam mengusulkan, melaksanakan dan memberikan fasilitas sesuai dengan keinginan pelanggan (Andriyani and Ardianto, 2020). Kualitas layanan yang baik seperti tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan respon yang cepat, serta memiliki tata krama yang baik akan dapat memuaskan nasabah. Layanan perbankan digital memudahkan nasabah dalam mencari informasi, buka rekening, mendaftar, tutup rekening dan transaksi bank lainnya. Penggunaan layanan *digital banking* dapat diakses kapan pun dan dimana pun dari *smartphone* menggunakan aplikasi *digital banking* yang terhubung langsung dengan internet.

Selain layanan baik yang diberikan oleh bank, keamanan dan kenyamanan merupakan faktor terkuat yang berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *digital banking*. Perbankan disetiap negara hendaknya memperhatikan keamanan layanan *digital banking* dan hal ini sekaligus menjadi tantangan dalam meningkatkan kualitas keamanan layanan *digital banking*, karena internet digunakan sebagai alat komunikasi layanan ini, maka keamanan dari *digital banking* tergantung dari keamanan internet tersebut. Keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan perbankan digital (Ahmad and Pambudi, 2013). Melihat hal tersebut, selama bertahun-tahun sektor perbankan telah menerapkan sistem keamanan canggih seperti autentikasi berlapis (*multi-layered authentication*). Nasabah dapat dengan mudah mengenali autentikasi berlapis, misalnya pada saat login ke aplikasi perbankan, nasabah diminta memasukkan *username* dan *password* dilanjutkan dengan autentikasi dua-faktor (*two-factor authentication*), pertanyaan keamanan, CAPTCHA atau biometrik (*fingerprint* atau *face recognition*). Jika nasabah merasa sudah aman, maka akan timbul sebuah kenyamanan terhadap layanan.

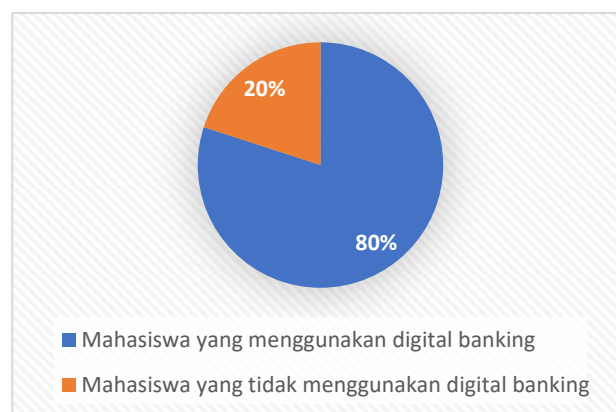
Menurut G. J. Simons keamanan informasi adalah bagaimana usaha untuk dapat mencegah penipuan (cheating) atau bisa mendeteksi adanya penipuan pada sistem yang berbasis informasi, di mana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Keamanan merupakan sesuatu yang penting dalam sistem informasi. Akan tetapi dapat menjadi masalah besar jika menyangkut keamanan pada sistem informasi perusahaan, terutama bagi perusahaan perbankan, terkait dengan data-data nasabah yang bersifat sangat rahasia. Keamanan dalam digital banking berkaitan dengan terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari digital banking. Penelitian yang dilakukan oleh (Ahmad and Pambudi, 2013) dan (Junaedi, 2023) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*. Berbeda dengan pendapat (Nurdin *et al.*, 2020) dan (Mukhtisar *et al.*, 2021) bahwa keamanan memiliki pengaruh yang negatif terhadap minat nasabah menggunakan *digital banking*. Jadi, jika layanan keamanan yang diberikan sudah terjamin aman, maka belum tentu nasabah berminat untuk menggunakan layanan *digital banking*.

Kenyamanan ialah suatu keadaan dimana seseorang memakai teknologi dalam melaksanakan aktivitas dan terasa nyaman bagi dirinya sendiri (Habibi and Zaky, 2015) Pengalaman transaksi keuangan yang memberikan kenyamanan kepada nasabah akan membuat nasabah lebih percaya dengan layanan yang diberikan dan tentunya akan meningkatkan penggunaannya. Kenyamanan saat menggunakan layanan *digital banking* merupakan salah satu hal penting yang dicari nasabah disamping kualitas produk itu sendiri. Kenyamanan yang dapat dirasakan oleh nasabah dapat berupa kecepatan dalam proses transaksi, memudahkan nasabah dalam mengakses kebutuhan finansial seperti melihat tabungan, mengajukan pinjaman, hingga berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Sri Woelandari P.G, *et al.* (2022) dan Muhammad Habibi & Achmad Zaky (2014) menyatakan bahwa kenyamanan memberi pengaruh yang signifikan pada minat nasabah menggunakan layanan *digital banking*. Berbeda dengan pendapat Silva Rahayu & Theresia Purbandari (2020) dan Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan & Evriyenni (2021) bahwa kenyamanan berpengaruh negatif terhadap

minat nasabah menggunakan layanan *digital banking*. Jadi jika nasabah sudah merasa nyaman dengan layanan tersebut, maka belum tentu mereka minat untuk menggunakan layanan *digital banking*.

Berdasarkan penelitian Irmadhani dan Mahendra (2012) menyatakan bahwa sebanyak 139 mahasiswa menggunakan layanan *digital banking* untuk keperluan transaksi keuangan. Selain itu, dalam penelitian Kristanti dan Rilo (2017) menyatakan sebanyak 200 sampel mahasiswa yang menggunakan layanan *digital banking*. Hal tersebut menunjukkan bahwa pada saat ini banyak mahasiswa yang menggunakan *digital banking* untuk keperluan transaksi keuangan sehari-hari. Peneliti memilih lokasi penelitian di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang karena peneliti berasal dari wilayah tersebut dan cukup mengetahui kondisi perkembangan mahasiswa dalam menggunakan layanan *digital banking* yang menjadi tujuan penelitian. Selain itu, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu kampus dengan banyak mahasiswa yang menggunakan layanan *digital banking* dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti telah melakukan wawancara kepada 75 mahasiswa dan terdapat 60 mahasiswa yang menggunakan layanan *digital banking*.

Gambar 1.2 Perbandingan mahasiswa yang menggunakan layanan *digital banking* dan tidak menggunakan



Sumber : Pra Penelitian (2023)

Pada grafik diatas menjelaskan bahwa mahasiswa yang menggunakan layanan *digital banking* sebanyak 80% (60 mahasiswa), sedangkan yang tidak menggunakan layanan *digital banking* sebanyak 20% (15 mahasiswa). Dapat disimpulkan berdasarkan hasil wawancara tersebut bahwa lebih banyak mahasiswa yang menggunakan layanan *digital banking*.

Adapun latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lanjutan berkenaan dengan apakah keamanan dan kenyamanan layanan *digital banking* berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Maka dari itu, penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul **"Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah keamanan layanan *digital banking* berpengaruh secara signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Apakah kenyamanan layanan *digital banking* berpengaruh secara signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah keamanan dan kenyamanan layanan *digital banking* berpengaruh secara simultan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh keamanan dalam menggunakan layanan *digital banking* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kenyamanan dalam menggunakan layanan *digital banking* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan *digital banking* terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dalam penelitian ini dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis antara lain:

1. Bagi peneliti seterusnya, sebagai bahan penelitian lanjutan untuk mengetahui Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bagi literatur, sebagai informasi tentang Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu acuan penulis selama melakukan penelitian agar penulis dapat menggarap teori yang akan digunakan untuk mengevaluasi penelitian yang dilakukan. (Randi, 2018). Pada penelitian sebelumnya, tidak ada judul yang sama dengan judul penelitian penulis yang ditemukan. Dengan demikian, secara singkat peneliti memaparkan penelitian terdahulu dalam bentuk beberapa jurnal ternama sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Peneliti	Variabel	Metode / Populasi / Sampel / Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Candy Awang Batubara, Tuti Angraini. 2022. Analisis Pengaruh Layanan <i>Digital</i> terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah.	Kemudahan penggunaan (X1), kenyamanan(X2), kegunaan yang dirasakan (X3), risiko yang dirasakan (X4), merek/kepercayaan (X5), inovasi layanan digital perbankan (X6), dan Minat (Y).	<i>Non-probability sampling</i> / 120 generasi Z yang tinggal di Kota Medan / generasi Z yang menggunakan layanan perbankan islam (<i>purposive sampling</i>) / Analisis Regresi Linear menggunakan SPSS versi 25	Layanan <i>digital banking</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepentingan generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah
2.	Lilis Susilawaty, Nicola Nicola. 2020. Pengaruh Layanan Perbankan <i>Digital</i> pada Kepuasan Nasabah Perbankan	Kenyamanan, kualitas fungsional, <i>employee customer engagement, digital banking service quality, merek/kepercayaan</i> , dan inovasi perbankan digital	<i>Sampling quota</i> / 136 nasabah di Indonesia / nasabah yang menggunakan layanan digital perbankan Bank BCA / Analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS	Kenyamanan, kualitas operasional, kualitas layanan perbankan digital, merek/kepercayaan, keterlibatan pelanggan karyawan dan inovasi dalam perbankan digital memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja kepuasan pelanggan
3.	Silva Rahayu dan Theresia Purbandari. 2020. Pengaruh Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, dan Keamanan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Investasi pada Investor yang Terdaftar di PT Indopremier Cabang Solo	Persepsi kepercayaan (X1) persepsi kegunaan (X2), persepsi kemudahan(X3) , persepsi kenyamanan (X4), persepsi keamanan (X5), dan minat penggunaan (Y)	<i>Random sampling</i> / seluruh investor yang terdaftar pada PT. IndoPremier Cabang Solo / investor yang menggunakan aplikasi IPOT GO / analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 22	Persepsi kepercayaan, persepsi kegunaan, dan kemudahan yang dirasakan secara positif memengaruhi minat untuk menggunakan aplikasi investasi, sementara kemudahan yang dirasakan dan keamanan yang dirasakan tidak memengaruhi minat untuk menggunakan aplikasi investasi..
4.	Muhammad Habibi,	Kepercayaan	<i>Purposive sampling</i> / 61	Minat menggunakan

No.	Identitas Peneliti	Variabel	Metode / Populasi / Sampel / Alat Analisis	Hasil Penelitian
	Achmad Zaky. 2014. Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah	(X1), Persepsi Kegunaan (X2), Persepsi Kemudahan (X3), dan Persepsi Kenyamanan (X4), serta Minat (Y).	mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Brawijaya Malang tahun ajaran 2013/2014 / mahasiswa yang menggunakan <i>mobile banking</i> perbankan syariah (<i>judgement sampling</i>) / PLS	<i>mobile banking syariah</i> dipengaruhi oleh sikap dan sikap dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kenyamanan.
5.	Dewi Sri Woelandari P.G, et al. 2022. <i>Ease of Use, Convenience, Trust, and Intention to Use Mobile Banking</i>	<i>Ease of Use</i> (X1), <i>Convenience</i> (X2), <i>Trust</i> (X3), and <i>Intention to Use</i> (Y)	<i>Simple random sampling</i> / Nasabah yang menggunakan <i>mobile banking</i> / generasi milenial / analisis regresi linear dengan menggunakan SPSS versi 24	Kemudahan penggunaan, kenyamanan, dan kepercayaan memiliki dampak positif yang signifikan pada minat pelanggann dalam menggunakan <i>mobile banking</i>
6.	Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan dan Evriyenni. 2021. Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)	Efisiensi (X1), Keamanan (X2), Kemudahan (X3), dan Minat (Y)	<i>Purposive sampling</i> / 7.483 nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng / regresi berganda menggunakan IBM SPSS Versi 26	Secara parsial menunjukkan bahwa variabel efisiensi dan kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah berbisnis dengan <i>mobile banking</i> , sedangkan variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah berbisnis dengan <i>mobile banking</i> .
7.	Andrew Christian Aseng. 2020. <i>Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services</i>	<i>Culture</i> (X1), <i>Perceived Security</i> (X2), <i>Performance Expectancy</i> (X3), <i>Effort Expectancy</i> (X4), <i>Social Influence</i> (X5), and <i>Intention to Use</i> (Y)	Metode <i>snowball</i> dan <i>convenient Sampling</i> / 266 generasi Z yang merupakan siswa SMA, sarjana, lulusan terbaru / generasi Z yang ada di provinsi Sulawesi Utara, Indonesia / analisis regresi berganda dengan menggunakan SPSS versi 21	<i>culture, perceived security, performance expectancy, effort expectancy, social influence</i> berpengaruh secara simultan terhadap niat generasi Z dalam menggunakan pembayaran digital
8.	Amir Hamzah and Nurfania Sukma. 2021.	<i>Perceived Usefulness</i>	<i>Non-probability sampling</i> / 125 generasi	Persepsi kemudahan penggunaan,

No.	Identitas Peneliti	Variabel	Metode / Populasi / Sampel / Alat Analisis	Hasil Penelitian
	<i>Factors That Influence The Interest in The Utilization of Sharia Financial Technology on Millenials and Generation Z</i>	<i>(X1), Perceived ease of use (X2), Perceived Risk (X3), Trust (X4), Religiosity (X5), and Behavioral Intention (Y)</i>	millennial dan Generasi Z di Kabupaten Kuningan / <i>purposive sampling / Structural Equation SEM-PLS</i>	persepsi manfaat, persepsi risiko, kepercayaan, dan religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap niat perilaku <i>financial technology syariah</i> pada generasi dan generasi millennial di Kabupaten Kuningan.
9.	Thanika Devi Juwaheer, Sharmila Pudaruth, Priyasha Ramdin. 2012. <i>Factors influencing the adoption of internet banking: a case study of commercial banks in Mauritius</i>	Kepercayaan (X1), Keamanan (X2), Penerapan (Y)	<i>Purposive sampling / 384 responden yang mengunjungi berbagai lembaga perbankan di sembilan distrik di seluruh Mauritius / SPSS</i>	Aspek kepercayaan dan keamanan dianggap faktor penting untuk menjelaskan adopsi perbankan internet di Mauritius.
10.	Achmad Fandi. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> PT Bank Syariah Mandiri Surabaya	Kualitas Layanan (X), Minat Nasabah (Y)	<i>Non-probability sampling / 120 nasabah Bank syariah Mandiri Surabaya / aksidental sampling dan purposive sampling / SPSS versi 16.0</i>	Kualitas layanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>
11.	Aula Rosyadah. 2023. Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan <i>Digital Banking</i> Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah.	Keamanan (X1), Kenyamanan (X2), Minat (Y)	<i>Probability Sampling / 334 mahasiswa Fakultas Ekonomi/ / generasi Z yang menggunakan layanan digital banking / SPSS 26</i>	Keamanan dan kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan <i>digital banking</i> .

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Hal di atas memiliki beberapa perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu yaitu penelitian Woelandari, *et al.* (2022) dan Habibi & Zaky (2014) menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *digital banking*. Namun, berbeda dengan pendapat Rahayu

& Purbandari (2020) dan Mukhtisar, *et al* (2021) bahwa kenyamanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Minat

Minat merupakan aspek mental yang dimiliki seseorang sehingga timbul rasa suka atau ketertarikan terhadap sesuatu dan dapat mempengaruhi tindakan orang tersebut. Menurut Woelandari, dkk dalam (Wibowo, 2008). Minat adalah kecenderungan menggunakan teknologi secara terus-menerus. Minat erat kaitannya dengan motivasi seseorang, yang kemudian menimbulkan keinginan untuk ikut serta atau terlibat dalam sesuatu yang menarik minatnya. (Azizah, 2018). Jika kualitas layanan baik maka semakin besar minat nasabah untuk menabung. Sebaliknya, jika kualitas layanan buruk maka minat nasabah untuk menabung semakin berkurang. Jadi jika didalam sebuah perbankan memiliki kualitas layanan yang baik, maka nasabah akan dengan senang hati dan memiliki minat dalam menabung.

Jika kualitas suatu layanan sebanding dengan apa yang didapat, maka akan mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking* (Fandi, 2019). Sebagaimana dalam firman Allah SWT Q.S An-Nisa' ayat 29 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."

Adapun menurut Rodiah dan Melati (2020) ada beberapa indikator dalam minat generasi Z yaitu :

1. **Kemudahan (*convenience*)**

Kenyamanan adalah teknologi layanan keuangan yang mudah digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha. Kemudahan menurut Davis dalam Damasta (2018) adalah pemahaman yang tidak repot-repot bernegosiasi dengan berbagai aktivitas lainnya. Semakin mudah system dalam suatu transaksi maka akan memberikan kenyamanan sehingga memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *digital banking*.

2. **Kemanfaatan (*usefulness*)**

Kemanfaatan merupakan manfaat layanan digital yang ditawarkan seperti transaksi pembayaran hanya perlu menggunakan *smartphone*. Menurut Davis dalam Rukmiyati dan Budiarta (2016) menjelaskan kemanfaatan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi dapat meningkatkan kinerja suatu pekerjaan. Jika mereka yang menggunakan sistem informasi percaya bahwa sistem informasi yang mereka gunakan bermanfaat, maka akan mengakibatkan mereka akan menggunakannya. Sebaliknya, jika mereka menganggap bahwa sistem informasi yang digunakan tidak berguna, maka mereka tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2007).

3. **Risiko (*risk*)**

Risiko merupakan suatu ketidakpastian terkait kemungkinan konsekuensi negative dari penggunaan suatu produk atau layanan. Risiko merupakan efek samping atau dapat diartikan sebagai penyimpangan dari hasil yang diharapkan (Arifudin, *et al*, 2020). Menurut Williams dan Richard dalam Nafi'ah, *et al* (2019) risiko adalah variabilitas dan hasil yang dapat terjadi selama periode waktu tertentu. Menurut Husnan (1998) dalam Gultom, *et al* (2013) berpendapat bahwa jika seorang investor ingin melakukan investasi, maka dia akan menunggu terlebih dahulu tidak hanya untuk tingkat pendapatan (pengembalian), tetapi juga untuk fluktuasi pendapatan (risiko).

4. Kepercayaan (*trust*)

Kepercayaan merupakan suatu perilaku yang harus dibangun untuk mengurangi anggapan risiko. Yu-shan Chen (2010) mendefinisikan kepercayaan sebagai "*Trust is the willingness to rely on the product, service, or brand is based on the belief or expectation that resulting from its credibility, benevolence, and ability of its environmental performance*". Menurut Luthfi (2011) dalam Kasinem (2020) kepercayaan merupakan kemauan untuk bergantung kepada orang lain yang dapat dipercaya. Jika suatu kepercayaan sudah terikat antara pelanggan dan perusahaan, maka dalam membimbingnya akan lebih mudah (Kasinem, 2020)

2.2.2 Keamanan

Keamanan merupakan suatu upaya untuk mencegah adanya ancaman kejahatan yang mengganggu. Keamanan merupakan bagian terpenting dalam sistem informasi layanan digital, karena didalamnya terdapat data-data penting nasabah yang harus dijaga kerahasiaannya. Kesadaran terhadap keamanan siber menjadi tolok ukur untuk menjaga aplikasi *digital banking* dan segala aktivitas didalamnya (Johri, 2023). Keamanan informasi layanan *digital banking* merupakan perlindungan dari berbagai ancaman informasi untuk memastikan kelangsungan jalannya bisnis, meminimalisir adanya risiko dalam berbisnis dan meningkatkan *return of investment* (ROI) serta adanya kesempatan bisnis (Triandi, 2019).

Keamanan *digital banking* dapat melindungi *online presence* (keberadaan *online*) dan pada waktu yang bersamaan, keamanan siber akan melindungi akses seseorang untuk dapat menciptakan keberadaan *online*. Keamanan siber akan mengamankan seluruh jaringan hingga penyimpanan dari akses yang tidak memiliki izin. Keamanan digital dapat memastikan semua aktivitas online dan offline dapat dilakukan dengan aman. Literasi keamanan digital tidak hanya melindungi data pribadi, tetapi juga mencakup perangkat digital, identitas digital, transaksi digital dan dapat mengurangi penipuan digital.

Diajarkan dalam Islam bahwa dalam menjalankan suatu usaha tetap harus memperhatikan kenyamanan dan keamanan nasabah, agar mereka merasa percaya terhadap layanan yang diberikan. Dari penjelasan tersebut terdapat dalam Al-Quran surat Al-An'am ayat 82, yang berbunyi:

الَّذِينَ آمَنُوا وَلَمْ يَلْبِسُوا إِيمَانَهُمْ بِظُلْمٍ أُولَٰئِكَ لَهُمُ الْأَمْنُ وَهُمْ مُهْتَدُونَ

Artinya : *Orang-orang yang beriman dan tidak mencampuradukkan iman mereka dengan kezaliman (syirik), mereka itulah yang mendapat keamanan dan mereka itu adalah orang-orang yang mendapat petunjuk.*

Pada indikator variabel keamanan, peneliti merujuk pada dua sumber yakni menurut Kurniawan (2021) dalam Hardiyanti (2012), dan menurut Djaja, *et al* (2022) dalam Raman dan Vishwanathan (2011). Dari kedua sumber diatas peneliti menggabungkan beberapa indikator yang diperlukan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Terjaminnya Transaksi

Terjaminnya transaksi adalah terjaminnya kerahasiaan data pribadi konsumen dalam bertransaksi secara *online* yang akan menimbulkan rasa percaya terhadap perusahaan tersebut (Adhitya dan Aryza, 2023). Setiap nasabah yang hendak melakukan transaksi keuangan digital akan disediakan akun tersendiri. Nantinya nasabah mentransfer atau melakukan transaksi lain. Saat transaksi selesai dilakukan, maka secara otomatis pada aplikasi *digital banking* yang digunakan terdapat notifikasi bahwa transaksi sudah terkonfirmasi.

2. Kemudahan Transaksi

Kemudahan dalam bertransaksi merupakan salah satu keunggulan dalam penggunaan *digital banking*. Menurut Yuliawan, *et al* (2018) Kemudahan bertransaksi mengacu pada efisiensi dan efektivitas yang dirasakan konsumen ketika mereka menyelesaikan transaksi pembayaran untuk produk yang mereka beli melalui tahapan yang

sederhana. Transaksi keuangan digital dapat diakses menggunakan aplikasi bank yang ada di *handphone* yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun nasabah berada.

3. Bukti Transaksi

Bukti transaksi merupakan bukti fisik dari suatu transaksi yang terjadi dalam bisnis, seperti cek, kwitansi, faktur dan lain-lain (Suciati, *et al.*, 2022). Bukti transaksi nantinya akan dikirimkan oleh pihak perbankan melalui notifikasi yang muncul, yaitu jika melakukan transfer antar bank bukti transaksinya berupa bukti transfer. Dengan bukti transaksi tersebut, nasabah dapat memantau keuangannya di bank hanya dengan melalui aplikasi.

4. Citra Perusahaan

Citra perusahaan menurut Adona (2006) adalah kesan atau citra perusahaan di mata masyarakat umum berdasarkan pengetahuan dan pengalaman perusahaan itu sendiri. Citra merek atau citra perusahaan ialah jenis afiliasi yang muncul diingatan konsumen saat mempertimbangkan suatu merek (Hasan dan Firmansyah, 2014). Citra perusahaan merupakan hasil dari proses evaluasi nasabah terhadap suatu bank atau dalam kegiatan dan layanan yang ditawarkannya. Kesimpulan dari evaluasi tersebut kemudian disimpan dalam benak konsumen dan dialihkan menjadi sebuah persepsi. Saat nama bank disebutkan atau masuk dibenak nasabah, saat itulah citra positif ataupun negatif suatu perbankan yang sudah terukir dibenak nasabah, hadir kembali.

5. Jaminan Keamanan

Jaminan keamanan bisa dianggap sebagai keyakinan bahwa suatu sistem memenuhi persyaratan keamanannya dan tangguh pada kerentanan dan kegagalan keamanan. Menurut Sarjita (2020) dalam

Park dan Kim (2006) Peran penting dari jaminan keamanan dalam membangun kepercayaan karena mengurangi kekhawatiran nasabah dalam penyelewengan data dan lalu lintas yang mengganggu data pribadi..

2.2.3 Kenyamanan

Kenyamanan didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana rasa sejahtera atau nyaman baik secara lahir dan batin maupun sosial seseorang menurut Keliat, *et al* (2015). Fokus utama keamanan *e-commerce* adalah memberikan jaminan dan kenyamanan kepada masyarakat untuk kelancaran pembayaran non tunai. Kenyamanan merupakan sejauh mana seseorang melakukan aktivitas dengan menggunakan teknologi yang mereka anggap nyaman (Sayeti, *et al.*, 2022). Jika seseorang merasa nyaman dengan layanan dari transaksi *digital banking*, maka orang tersebut akan menggunakan layanan tersebut di lain waktu (Woelandari, *et al.*, 2022)

Dalam Al Quran dijelaskan lewat surah Ar-Ra'd ayat 28 yang menyebutkan bahwa sumber kenyamanan adalah hati yang selalu mengingat Allah SWT.

﴿ الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ﴾

Artinya : *(yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram.*

Adapun menurut pendapat Berry, *et al* dalam (Tjiptono, 2004) ada empat indikator variabel kenyamanan yaitu :

1. Kenyamanan akses (*access convenience*)

Kenyamanan akses merupakan kenyamanan nasabah dalam menggunakan jasa layanan. Menurut Berry, *et al* (2002) kenyamanan akses (*access convenience*), adanya konsumen mengambil tindakan yang berkaitan dengan usaha dan waktu yang dihabiskan konsumen untuk mendapatkan layanan. Kenyamanan merupakan aspek terpenting dari kenyamanan lokal

karena jika nasabah tidak dapat menghubungi produsen, maka nasabah tidak akan memperoleh produk yang diinginkannya. (Phuong, 2020).

2. **Kenyamanan transaksi (*Transaction Convenience*)**

Kenyamanan transaksi dapat diartikan sebagai kemudahan transaksi dimanapun dan kapanpun. Beauchamp dan Ponder (2010) dalam Sukma, *et al* (2022) Kenyamanan transaks (*transaction convenience*) diartikan sebagai kecepatan dan kemudahan transaksi oleh konsumen. Menurut Sander dan McCormik dalam Tresiya, *et al.* (2018) ketika seseorang telah nyaman dalam melakukan suatu hal dalam hal ini yaitu transaksi (*Transaction Convenience*), bukan tidak mungkin mereka akan mengulanginya karena hal itu dianggap sebagai sesuatu yang mudah. Kenyamanan manfaat mengacu pada "waktu dan upaya yang diperlukan untuk memanfaatkan manfaat inti dari layanan" (Berry, *et al.*, 2002)

3. **Kenyamanan manfaat (*Benefit convenience*)**

Kenyamanan manfaat ialah manfaat yang akan diterima nasabah. *Benefit convenience* (kemudahan dan kecepatan dalam mendapatkan pelayanan yang bermanfaat) adalah waktu dan upaya yang mereka lakukan untuk mencapai manfaat inti dari layanan tersebut (Berry, *et al.*, 2002). Selain itu, Holden (2005) menyatakan bahwa alasan konsumen memilih suatu jasa karena ingin mendapatkan keuntungan dari jasa tersebut, sehingga sangat penting untuk mengevaluasi jasa yang diberikan oleh penyedia jasa.

4. **Kenyamanan setelah memperoleh manfaat (*Post Benefit Convenience*)**

Setelah memperoleh manfaat dari kenyamanan nasabah dapat menyampaikan keluhan dan sebagainya. *Post Benefit Convenience* (pemakaian kembali jasa tersebut) merupakan waktu dan upaya yang mereka keluarkan dalam rangka untuk melakukan kontak ulang dengan penyedia layanan pasca pemanfaatan layanan (Berry, *et al.*, 2002). Ketika konsumen mendapatkan manfaat dari layanan yang ditawarkan, hubungan waktu, usaha, dan kenyamanan jangka panjang yang menguntungkan tercipta, sehingga penyedia layanan harus memberikan penekanan yang

kuat pada metode, proses, dan interaksi konsumen. (Ludiya, 2010) dalam (Apriyanti, *et al.* 2017).

2.2.4 Layanan Digital

Layanan digital atau *digital services* dapat diartikan sebagai berbagai layanan yang tersedia untuk umum di seluruh dunia digital. Warga negara, pekerja, bisnis, dan institusi mendapat manfaat dari penggunaan layanan digital seperti informasi dan layanan online dan penyediaan layanan publik melalui situs web, hingga layanan perbankan digital bagi nasabah yang ingin praktis dan efisien (Mijaya dan Daru, 2022). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Layanan perbankan digital adalah layanan atau kegiatan perbankan menggunakan sarana elektronik atau digital milik Bank, dan/atau melalui media digital milik calon nasabah dan/atau nasabah Bank, yang dilakukan secara mandiri. Dengan demikian, calon nasabah dan/atau nasabah bank dapat menerima informasi dari nasabah bank, berkomunikasi, mendaftar, membuka rekening dan kebutuhan lainnya.

Perbankan mempunyai peran penting dalam system keuangan negara, salah satunya dengan memberikan layanan digital (Normasari and Mayangsari, 2022). Adapun layanan *digital* yang sering digunakan oleh banyak orang ialah *financial technology* seperti *digital banking*. *Financial technology* diciptakan untuk memudahkan manusia dalam menggunakan *digital banking* untuk transaksi keuangan (Aseng, 2020). Serta memberikan kemudahan dan efisiensi terhadap sistem operasional bank. Islam mengajarkan untuk memudahkan pekerjaan orang lain yang dijelaskan pada Surah Al-Ma'idah ayat 2 :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

Artinya : Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.

2.2.5 Digital Banking

Digital banking merupakan bank yang menyediakan dan melakukan aktivitas operasionalnya melalui saluran elektronik. Dalam peraturan Otoritas

Jasa Keuangan (OJK) nomor 12 /POJK.03/18 yang berisi tentang Penyelenggaraan Pelayanan Perbankan Digital oleh Bank Umum, dimana definisi dari *digital banking* yakni sebuah pelayanan perbankan elektronik yang dikembangkan dalam rangka memaksimalkan pemanfaatan data nasabah dalam melayani dan memberikan informasi kepada nasabah dengan lebih mudah dan cepat. Menurut Johnson (2020) *digital banking* merupakan aktivitas perbankan online yang ditawarkan oleh suatu organisasi yang sebelum itu terdapat di kantor cabang saja.

Allah SWT berfirman dalam Surah An-Nahl ayat 26 tentang *digital banking* yang berbunyi :

قَدْ مَكَرَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ فَآتَى اللَّهُ بُنْيَانَهُمْ مِنَ الْقَوَاعِدِ فَحَرَّ عَلَيْهِمُ السَّقْفُ مِنْ فَوْقِهِمْ وَأَتَاهُمُ
الْعَذَابُ مِنْ حَيْثُ لَا يَشْعُرُونَ

Artinya : Sungguh, orang-orang yang sebelum mereka telah mengadakan tipu daya, maka Allah menghancurkan rumah-rumah mereka mulai dari pondasinya, lalu atap (rumah itu) jatuh menimpa mereka dari atas, dan siksa itu datang kepada mereka dari arah yang tidak mereka sadari.

Dari ayat diatas menjelaskan bahwa orang yang melakukan tipu daya akan mendapat balasan yang amat pedih dari Allah SWT. Maka dalam bertransaksi menggunakan *digital banking* semua pihak harus terhindar dari tipu daya agar terhindar dari siksaan Allah.

2.2.6 Generasi Z

Berkembangnya populasi dunia saat ini menciptakan beberapa generasi yang salah satunya merupakan generasi Z. Gen Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai 2010. Sebagian diantara mereka menempuh fase perkembangan remaja dan dewasa awal. Generasi Z tumbuh setelah melonjaknya pemakaian internet, dimana dunia digital yang sedang maju begitu pesatnya (Alfaruqy, 2022). Menurut Christiani dan Ikasari (2020) Generasi Z dikelompokkan kedalam 5 kategori generasi, yakni :

- Matures, yakni generasi yang lahir kurang dari tahun 1946.

- Baby Boomers, yakni generasi yang lahir kurun waktu tahun 1947-1964.
- Generasi Xers atau generasi X, yakni generasi yang lahir kurun waktu tahun 1965-1980.
- Gen-Y atau NetGen, yakni generasi yang lahir kurun waktu tahun 1981-1995.
- Generasi Z, yakni generasi yang lahir kurun waktu tahun 1996-2010.

Gen Z adalah generasi pertama yang mengenal teknologi sejak dini. Teknologi tersebut berupa komputer atau media elektronik lainnya seperti *handphone*, jaringan internet bahkan media sosial. Kehadiran teknologi digital inilah yang membedakan Generasi Z dengan generasi sebelumnya. Generasi Z mulai beralih menggunakan uang digital yang dalam penggunaannya dianggap lebih aman, efektif, dan efisien (Hamzah and Sukma, 2021). Dalam Hadist Shahih Al-Bukhari No. 3293 yang berisi tentang generasi yang tumbuh seiring berjalannya waktu:

حَدَّثَنَا قُتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ حَدَّثَنَا يَعْقُوبُ بْنُ عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَنْ عَمْرِو عَنْ سَعِيدِ الْمُقْبَرِيِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ بُعِثْتُ مِنْ خَيْرِ قُرُونِ بَنِي آدَمَ قَرْنَا قَرْنَا حَتَّى كُنْتُ مِنَ الْقُرُونِ الَّتِي كُنْتُ فِيهَا

Artinya : *Telah bercerita kepada kami Qutaibah bin Sa'id telah bercerita kepada kami Ya'qub bin "Abdur Rahman dari "Amru dari Sa'id Al Maqbariy dari Abu Hurairah radliallahu 'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Aku diutus pada masa generasi terbaik anak keturunan Adam, dari generasi ke generasi hingga aku berada pada generasi yang dimasanya aku hidup".*

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh keamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.

Keamanan sebuah perbankan digital haruslah baik, karena dengan adanya keamanan yang baik akan menimbulkan minat nasabah dalam

menggunakan layanan digital suatu perbankan. Hal ini diperkuat dengan pendapat Damayanti (2016) bahwa menurut pandangan nasabah sebuah keamanan perbankan adalah hal yang paling penting, karena dengan adanya sistem keamanan yang baik akan membuat nasabah percaya pada uang yang mereka simpan atau investasikan di bank. Adapun beberapa keamanan digital yang ditawarkan bank seperti *internet banking*, *SMS banking*, *phone banking* dan lain-lain.

2.3.2 Pengaruh kenyamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.

Kenyamanan nasabah dalam menggunakan layanan digital suatu bank sangatlah penting, karena jika nasabah sudah merasa nyaman maka akan timbul kepercayaan dalam menggunakan layanan bank tersebut. Hal tersebut diperkuat dengan pendapat Lieny, *et al* (2021) yang mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif sebuah kenyamanan pada minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (layanan digital). Keadaan ini menunjukkan bahwa bertambah baik kenyamanan nasabah menggunakan *mobile banking* maka bertambah besar minat nasabah terhadap *mobile banking*.

2.3.3 Pengaruh keamanan dan kenyamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.

Keamanan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi *internet banking* (layanan digital). Dalam mengelola keamanan, bank seharusnya meminimalkan faktor-faktor yang mempengaruhi keamanan dari *internet banking* (Ronny). Keamanan merupakan suatu usaha untuk menghindari adanya ancaman kejahatan yang mengganggu. Tujuan dibuatnya prosedur keamanan internet banking adalah untuk mencegah, mengatasi, dan menjaga berbagai sistem informasi terhadap risiko aktivitas ilegal. (Kholid and Soemarso, 2018).

Kenyamanan adalah keadaan dimana rasa nyaman baik secara lahir dan batin maupun sosial seseorang (Keliat *et al*, 2015). Menurut Rahayu dan Purbandari (2020) kenyamanan ialah keadaan dimana seseorang dalam

melakukan aktivitasnya menggunakan teknologi dan dianggap menyenangkan bagi dirinya sendiri.

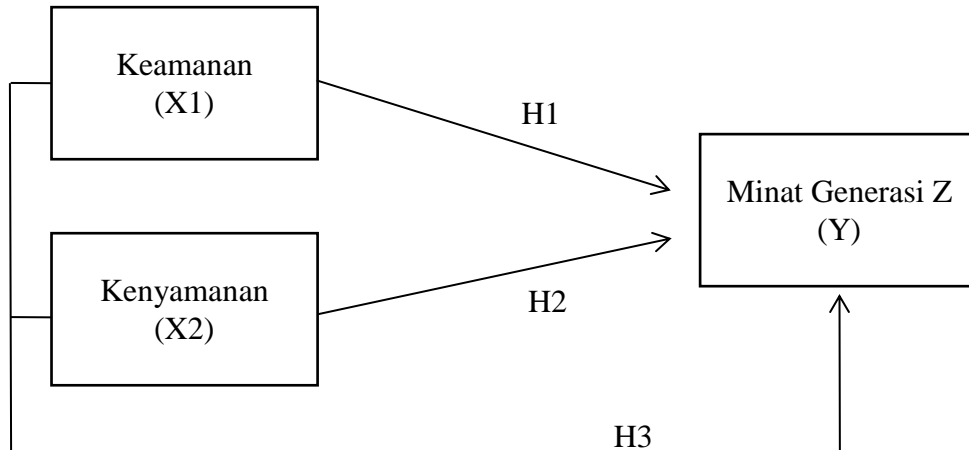
Dalam penelitian Damayanti (2016) bahwa menurut pandangan nasabah sebuah keamanan perbankan adalah hal yang paling penting, karena dengan adanya sistem keamanan yang baik akan membuat nasabah percaya bahwa uang yang mereka investasikan atau simpan aman didalam bank. Lieny *et al* (2021) yang mengungkapkan bahwa adanya pengaruh positif sebuah kenyamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (layanan digital). Hal tersebut menunjukkan bahwa bertambah baik kenyamanan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* maka bertambah besar minat nasabah terhadap *mobile banking*.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dikembangkan untuk menggambarkan hubungan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas ditandai dengan (X), variabel terikat ditandai dengan (Y).

Dalam penelitian ini menggunakan variabel keamanan sebagai X1, kenyamanan sebagai X2, dan minat generasi Z sebagai Y1 variabel terkaitnya. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu hasil analisis keamanan dan kenyamanan bank syariah yang menunjukkan hal tersebut mempengaruhi minat Generasi Z untuk menggunakan layanan digital di perbankan syariah. Berdasarkan analisis di atas, maka penelitian ini menyajikan kerangka konseptual pada Gambar 2.1, yaitu:

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan tanggapan sementara atas masalah yang ditemui dan harus dibuktikan dengan data yang lebih menyeluruh dan mendukung. Penelitian ini menyelidiki dampak kejadian pada keamanan dan kenyamanan layanan digital terhadap minat penggunaan layanan perbankan syariah. Berikut ini perumusan hipotesis dari penelitian ini:

H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel keamanan (X1) terhadap minat generasi Z (Y)

H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel keamanan (X1) terhadap minat generasi Z (Y)

H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kenyamanan (X2) terhadap minat generasi Z (Y)

H2 : Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kenyamanan (X2) terhadap minat generasi Z (Y)

H3 : Terdapat pengaruh secara simultan antara keamanan (X1) dan kenyamanan (X2) terhadap minat generasi Z (Y)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan studi ilmiah yang runtut tentang kausalitas bagian-bagian dan fenomena serta hubungan di antara mereka. Tujuan penelitian kuantitatif adalah pengembangan dan penggunaan model matematika, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Menurut Tuckman dalam Sugiyono (2013), setiap penelitian yang akan dilakukan harus selalu berangkat dari masalah, walaupun diketahui bahwa memilih masalah penelitian merupakan bagian yang paling sulit dari proses penelitian.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah kawasan dilakukannya kegiatan penelitian. Tujuan pendefinisian lokasi penelitian adalah untuk mempermudah atau memperjelas objek penelitian. Lokasi penelitian merupakan tempat dimana adanya situasi sosial diteliti (Sugiyono, 2017). Lokasi penelitian yang digunakan yakni pada UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Sedangkan, obyek penelitiannya merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menggunakan produk layanan digital pada perbankan syariah.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah atau daerah yang dapat disamaratakan dan terdiri dari objek/subjek dengan karakteristik dan ciri tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah 2.193 mahasiswa yang mana data ini diperoleh dari Bagian Administrasi Akademik (BAK) Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, dimana terdiri atas tiga jurusan yakni 1.089

mahasiswa Manajemen, 574 mahasiswa Akuntansi dan 530 mahasiswa Perbankan Syariah. Definisi jenis populasi ini didasarkan pada variabel-variabel yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang menjadi sasaran populasi pada penelitian ini

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan dalam penelitian ini populasi tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik *Probability Sampling* dengan metode *proportional random sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang menawarkan seluruh anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dimasukkan dalam sampel penelitian (Sugiyono, 2012). Sementara itu, *proportional random sampling* merupakan metode pengambilan proporsi untuk mendapatkan sampel yang representatif (Arikunto, 2010)

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah cara untuk menetapkan jumlah sampel sesuai dengan besarnya sampel yang digunakan sebagai sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan karakteristik dan persebaran populasi untuk mendapatkan sampel yang representatif (Margono, 2004). Menurut Sugiyono (2017), rumus untuk menghitung sampel dari populasi yang diketahui harus menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1+N.e.e)}$$

Keterangan :

N = ukuran sampel

e = Standar error atau ditoleransi kesalahan (5% = 0,05)

Perhitungan :

$$n = \frac{2.193}{(1+2.193.0,05.0,05)}$$

$$n = \frac{2.193}{6,4825}$$

$$n = 338,29 = 338$$

Jadi, diambil 338 responden untuk menjadi sampel penelitian. Dengan menggunakan metode *proportional random sampling* maka penulis mengambil sampel sebanyak 168 mahasiswa dari 1.089 mahasiswa Manajemen, 88 mahasiswa dari 574 mahasiswa Akuntansi dan 82 mahasiswa dari 530 mahasiswa perbankan syariah. Sedangkan peneliti menyebarkan kuesioner kepada 340 responden untuk mendapatkan 338 responden, sehingga apabila ada informasi yang tidak dapat dimasukkan maka peneliti akan menolak kuesioner tersebut.

3.5 Data dan Jenis Data

Data merupakan setiap fakta atau informasi mengenai sesuatu yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk membuat informasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder dan data primer yang kemudian akan peneliti kumpulkan dan olah secara langsung. Menurut Sunyoto (2013) Data primer merupakan data mentah yang dikumpulkan oleh peneliti sendiri untuk menjawab permasalahan penelitiannya.

Penelitian ini memperoleh data primer dari hasil kuisisioner yang disebarkan kepada responden untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai pengaruh keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan digital terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Sedangkan menurut Sugiyono (2018) data sekunder yakni sumber data tidak langsung, seperti melalui perantara orang lain atau dokumen perusahaan. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel dan *website* resmi dari lembaga keuangan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) yang dibagikan kepada Generasi Z di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai teknik pengumpulan data. Kuesioner (angket) merupakan suatu metode pengumpulan data dari beberapa orang atau responden terhadap serangkaian pertanyaan yang harus dijawab. Menurut pendapat Widoyoko (2013) angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk diberikan tanggapan sesuai dengan keinginan pengguna. Pengumpulan data melalui kuesioner dianggap sangat efektif saat peneliti sudah mengetahui variabel yang akan diukur.

3.7. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel penelitian adalah suatu ciri, sifat atau nilai dari objek atau aktivitas yang mempunyai variasi tertentu yang peneliti pilih untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Adapun variabel independen dan variabel dependen digunakan sebagai variabel. Menurut Sugiono dalam Zulfikar (2016) mengungkapkan bahwa variabel bebas disebut juga variabel yang mempengaruhi. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah variabel keamanan (X1) dan kenyamanan (X2). Sedangkan variabel dependen menurut Sugiyono (2016) adalah variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah variabel minat generasi Z (Y) untuk menggunakan layanan digital di bank syariah.

Adapun definisi operasional variabel yang digunakan penulis sebagai berikut :

A. Variabel Bebas (Independen)

a. Keamanan (X1)

Keamanan merupakan suatu upaya untuk mencegah adanya ancaman kejahatan yang mengganggu. Keamanan merupakan bagian terpenting dalam sistem informasi layanan digital, karena didalamnya terdapat data-data

penting nasabah yang harus dijaga kerahasiaannya. Kesadaran terhadap keamanan siber menjadi tolok ukur untuk menjaga aplikasi *digital banking* dan segala aktivitas didalamnya (Johri, 2023). Pada indikator variabel keamanan, peneliti merujuk pada dua sumber yakni menurut Adhi Kurniawan (2021) dalam Hardiyanti (2012), dan menurut Djaja, *et al* (2022) dalam Raman dan Vishwanathan (2011). Dari kedua sumber diatas peneliti menggabungkan beberapa indikator yang diperlukan dalam penelitian ini. yaitu :

1. Terjaminnya transaksi
2. Kemudahan transaksi
3. Bukti transaksi
4. Citra perusahaan
5. Jaminan keamanan

b. Kenyamanan (X2)

Menurut Keliat *et.al* (2015), kenyamanan adalah suatu kondisi dimana timbul rasa sejahtera atau nyaman baik secara lahir dan batin maupun sosial seseorang. Fokus utama keamanan transaksi online adalah memberikan jaminan dan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi secara nontunai. Kenyamanan mengacu pada sejauh mana seseorang melakukan aktivitas menggunakan teknologi yang menurut mereka nyaman (Sayeti *et al.*, 2022). Sementara itu, menurut Berry *et al* (Tjiptono, 2004), terdapat empat indikator variabel kenyamanan yakni:

1. Kenyamanan akses (*access convenience*)
2. Kenyamanan transaksi (*Transaction Convenience*)
3. Kenyamanan manfaat (*Benefit convenience*)
4. Kenyamanan setelah memperoleh manfaat (*Post Benefit Convenience*)

c. Minat (Y)

Minat adalah aspek mental yang dimiliki seseorang sehingga menimbulkan rasa suka atau ketertarikan terhadap sesuatu dan dapat mempengaruhi suatu tindakan seseorang. Minat erat kaitannya dengan motivasi individu, yang kemudian menimbulkan keinginan untuk ikut serta atau terlibat dalam sesuatu yang menarik minatnya.(Azizah, 2018).

1. Kemudahan (*convenience*)
2. Kemanfaatan (*usefulness*)
3. Risiko (*risk*)
4. Kepercayaan (*trust*)

Adapun variabel beserta operasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel Penelitian	Indikator	Item	Sumber
1.	Keamanan (X1)	X1.1 Terjaminnya transaksi	1. Saya merasa terjamin melakukan transaksi secara <i>online</i> pada <i>digital banking</i>	Kurniawan (2021) dalam Hardiyanti (2012), dan Djaja, <i>et al</i> (2022) dalam Raman & Vishwanathan (2011)
			2. Saya percaya bahwa data pribadi terjamin kerahasiaannya	
		X1.2 Kemudahan transaksi	3. Layanan <i>digital banking</i> mudah diakses	
			4. Transaksi pembayaran yang digunakan sangat efektif	
		X1.3. Bukti transaksi	5. Situs layanan <i>digital banking</i> selalu memberikan bukti transaksi	
			6. Selalu muncul notifikasi sebagai bukti transaksi berhasil	
		X1.4 Citra Perusahaan	7. Bagi saya perbankan syariah memiliki reputasi yang baik	
			8. Saya melihat perbankan syariah memberikan kesan yang positif terhadap nasabah	
		X1.5 Jaminan Keamanan	9. Memberikan keamanan saldo direkening	
			10. Memberikan keamanan bahwa uang yang ditransfer sampai pada tujuan yang tepat	
2.	Kenyamanan (X2)	X2.1 Kenyamanan akses	11. Saya merasa <i>digital banking</i> memberikan kemudahan dalam mengakses layanan	Berry, <i>et al</i> dalam (Tjiptono, 2004)
			12. Layanan <i>digital banking</i> memiliki fitur yang nyaman untuk digunakan	
		X2.2 Kenyamanan transaksi	13. Saya dapat melakukan transaksi layanan <i>digital banking</i> dimanapun	
			14. Saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan <i>digital banking</i>	
		X2.3 Kenyamanan manfaat	15. Layanan <i>digital banking</i> memberikan kemudahan dalam pelayanannya	
			16. Layanan <i>digital banking</i> banyak memberikan manfaat yang nyaman kepada saya	

No	Variabel Penelitian	Indikator	Item	Sumber
		X2.4 Kenyamanan setelah memperoleh manfaat	17.Saya merasa mendapatkan banyak manfaat setelah menggunakan <i>digital banking</i> 18.Saya akan melakukan pemakaian kembali layanan <i>digital banking</i>	
3.	Minat Generasi Z (Y)	Y1 Kemudahan	19.Fitur layanan <i>digital banking</i> mudah untuk dipelajari 20.Proses transaksi pada <i>digital banking</i> mudah untuk dilakukan	Rodiah dan Melati (2020)
		Y2 Kemanfaatan	21.Saya yakin dengan menggunakan <i>digital banking</i> akan memberikan manfaat bagi saya 22. Saya dapat melakukan transaksi lebih praktis dengan menggunakan <i>digital banking</i>	
		Y3 Risiko	23.Layanan <i>digital banking</i> tidak pernah merugikan saya dalam proses transaksi 24.Layanan <i>digital banking</i> tidak pernah memberikan perasaan takut bagi saya selama proses transaksi maupun setelahnya	
		Y4 Kepercayaan	25.Saya percaya dengan jaminan kepuasan pada layanan <i>digital banking</i> 26.Saya percaya layanan yang saya terima sesuai dengan harapan	

Sumber : Data Diolah (2023)

3.8. Analisis Data

Setelah semua data terkumpul, langkah berikutnya ialah analisis data. Analisis kuantitatif digunakan dalam analisis data penelitian ini. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Metode statistik adalah statistik inferensial atau statistik induktif yaitu metode statistik yang menjelaskan tentang analisis data dan menarik kesimpulan tentang suatu fenomena dengan menggunakan metode tertentu, hipotesis dalam metode ini diuji sehingga bisa ditarik kesimpulan berdasarkan suatu sampel.

Analisis data merupakan proses memeriksa, membersihkan, mengubah, dan memodelkan data dengan tujuan menemukan informasi yang berguna, menarik

kesimpulan, dan mendukung dalam pengambilan keputusan. Metode analisis data kuantitatif adalah metode yang digunakan dalam melakukan penelitian yang berkenaan dengan data numerik. Jenis metode ini membutuhkan data numerik yang besar dan dapat dihitung menggunakan rumus statistik. Tujuan penggunaan penelitian analisis data kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis, menjawab rumusan masalah atau dan menguji hipotesis dari rumusan masalah yang termasuk dalam penelitian.

3.8.1 Uji Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk analisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Tujuan dari analisis deskriptif ini adalah untuk mendeskripsikan data responden yang menggunakan layanan *digital banking*.

3.8.2 Uji Instrumen Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas merupakan sejauh mana kecepatan atau ketepatan suatu instrumen dalam mengukur sesuatu yang ingin diukur (Priyatno, 2010). Uji validitas biasanya dipakai untuk mengetahui tingkat validitas suatu angket atau skala item. Uji validitas digunakan untuk melihat apakah objek informasi yang tersedia sudah tepat dan sungguh dapat mengungkap subjek tersebut. Instrumen yang valid memiliki validitas yang tinggi dan sebaliknya instrumen yang kurang valid memiliki validitas yang rendah. Validitas diuji dengan cara membandingkan r^{hitung} dengan r^{tabel} . Jika nilai $r^{\text{hitung}} > r^{\text{tabel}}$ maka pernyataan yang digunakan dalam kuesioner dianggap valid. Sedangkan jika nilai $r^{\text{hitung}} < r^{\text{tabel}}$ maka pernyataan tersebut tidak valid atau gagal.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkat konsistensi suatu tes, yaitu sejauh mana suatu tes dapat dipercaya untuk memperoleh hasil yang konstan, relatif tidak

berubah walaupun diuji dalam keadaan yang berbeda. Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan item yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur indikator dari variabel yang berupa kuisioner. Menurut Kendra (2012) Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berulang kali.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk pengujian pada suatu model regresi, suatu variabel bebas dan variabel terikat ataupun keduanya apakah berdistribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2016). Apabila suatu variabel tidak berdistribusi normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Uji normalitas yang digunakan dalam uji statistika yakni memakai Uji Kolmogorov Smirnov. Untuk membuat kesimpulan guna memutuskan apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, perlu dilakukan pendugaan nilai signifikansinya. Apabila signifikansinya $> 0,05$ maka distribusi normal dan sebaliknya apabila signifikansinya $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji dan mengetahui apakah ada korelasi antar variabel-variabel bebas (*independent*). Tujuan dari pengujian ini untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linier atau tidak. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor* (*VIF*) dan nilai tolerance. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen mana yang dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan *VIF* > 10 . Jika nilai *VIF* tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang muncul tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat pengujian model regresi yang digunakan untuk mengetahui variansi dan perbedaan residual antar observasi. Dalam pengujian ini, jika variansi dari residual pengamatan tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Untuk menentukan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas ditunjukkan dengan tidak adanya satupun variabel independen manapun yang signifikan mempengaruhi variabel dependen nilai *Absolut Residual (AbsRes)* secara statistik. Uji glejser digunakan untuk mengetahui apakah pola variabel gangguan mengandung heteroskedastisitas atau tidak. Jika nilai statistik $t^{\text{hitung}} < t^{\text{tabel}}$ maka tidak mengandung heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%.

3.8.3.4 Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi adalah untuk menguji ada terdapat korelasi atau tidak antara kesalahan pengganggu dengan kesalahan sebelumnya dari suatu regresi linier. Jika kesalahan pengganggu berkorelasi, model persamaan regresi linier memiliki masalah autokorelasi. Suatu model dianggap bebas dari masalah autokorelasi jika pengaruh faktor perancu yang ada pada satu periode sampel tidak mempengaruhi periode lainnya. Penelitian ini menggunakan Uji *Run Test* sebagai bagian dari statistik non parametrik, yang bertujuan untuk mendeteksi tanda-tanda autokorelasi dan juga dapat digunakan untuk mengetahui residual bersifat acak atau tidak (sistematis). Jika nilai signifikansi melebihi 0,05 maka tidak terdapat autokorelasi pada data.

3.8.4 Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi yang mencakup dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) bersama dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan pengaruh

variabel independen terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2018). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, apakah masing-masing variabel bebas memiliki hubungan positif atau negatif, dan untuk memprediksi nilai variabel terikat ketika nilai variabel naik atau turun. Data yang biasa digunakan berskala interval atau rasio. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Gen Z

X1 : Keamanan

X2 : Kenyamanan

α : Konstanta

b1 : Koefisien Regresi X1

b2 : Koefisien Regresi X2

e : Standar error

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependent dalam model regresi. Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat validitas parsial 5%. Kesimpulannya dapat dilihat dari nilai signifikansi yang dibandingkan dengan α (5%) dengan ketentuan jika nilai $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak, sebaliknya jika nilai $sig > \alpha$ maka H_0 diterima.

3.8.5.2 Uji F (Simultan)

Uji F merupakan pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk melihat apakah terjadi pengaruh yang signifikan dapat dilihat dari perbandingan nilai signifikansi dengan nilai derajat kepercayaan 0,05. Kesimpulannya dapat dilihat dari nilai sig α (5%) dengan ketentuan jika nilai sig $< \alpha$ maka H_0 ditolak, sebaliknya jika nilai sig $> \alpha$ maka H_0 diterima.

3.8.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen menyebabkan persentase perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Tujuannya adalah untuk menghitung pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin besar nilai R², semakin besar proporsi variasi total variabel bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas tersebut

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Bank Syariah di Indonesia

Bank syariah hadir di Indonesia mulai pada tahun 1991 dengan mendirikan PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank syariah pertama. Bank ini dipelopori oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah dengan bantuan dari beberapa pengusaha muslim. Majelis Ulama Indonesia (MUI) sepakat untuk membentuk gugus tugas dalam pendirian bank syariah di Indonesia. Kelompok kerja tersebut ialah tim perbankan MUI yang bertugas melakukan pendekatan dan negosiasi dengan semua pihak terkait.

Bank Muamalat Indonesia mulai beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 dengan uang Rp 106.126.382.000,- sebagai modal awal. Saat itu landasan hukum yang digunakan ialah UU No.7 Tahun 1992, yang membahas perbankan dengan sistem bagi hasil tanpa merinci dasar hukum syariah dan transaksi yang diperbolehkan. Kemudian dilakukan penyempurnaan UU No. 7 Tahun 1992 menjadi UU No. 10 Tahun 1998 oleh pemerintah dan Dewan Perwakilan Rakyat yang menjelaskan secara tegas bahwa terdapat dua sistem (*dual banking system*) dalam perbankan yakni sistem perbankan syariah dan sistem perbankan konvensional.

Sejak sistem perbankan syariah di Indonesia mulai berkembang, secara perlahan perkembangan keuangan syariah nasional telah berjalan dengan baik dari sisi kelembagaan dan infrastruktur pendukung hingga layanan keuangan syariah dan sistem monitoring literasi masyarakat. Dipenghujung tahun 2013, tugas pengawasan dan pengaturan bank dialihkan dari Bank Indonesia ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Maka dengan ini, pengawasan dan pengaturan perbankan syariah juga dialihkan ke OJK.

4.1.1.2 Prinsip-Prinsip Dasar Perbankan Syariah

Perbankan syariah menerapkan beberapa prinsip dasar dalam menjalankan kegiatan usahanya. Prinsip-prinsip tersebut terdiri dari:

- a. Keadilan, yaitu pembagian keuntungan berdasarkan penjualan aktual menurut penyertaan dan risiko masing-masing pihak. Prinsip ini memungkinkan kesamaan hak dan kewajiban antara nasabah dan bank berdasarkan kenikhlasan kedua belah pihak tanpa adanya paksaan.
- b. Kemitraan, yaitu posisi nasabah sebagai investor (penyimpanan dana) dan pengguna dana, serta lembaga keuangan itu sendiri, adalah mitra setara yang saling bekerja sama untuk mendapatkan profit. Prinsip ini juga mendukung bank syariah untuk membantu masyarakat di bidang keuangan syariah
- c. Transparansi, artinya laporan keuangan yang diberikan oleh lembaga keuangan syariah harus bersifat transparan dan berkepanjangan sehingga klien investasi dapat mengamati status keuangannya.
- d. Universal, yaitu tidak membedakan agama, suku, ras dan golongan sosial menurut prinsip Islam sebagai rahmatan lil alamin. Prinsip ini menjadikan bank syariah diperuntukkan bagi semua orang yang akan bertransaksi dengan bank syariah.

Sehubungan dengan prinsip syariah yang dilarang dalam perbankan syariah karena dalam operasionalnya terdapat unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Maisir, menurut bahasa maisir berarti mudah/ sederhana. Sementara itu, istilah maisir berarti memperoleh keuntungan tanpa harus bersusah payah. Maisir dapat mengacu pada cara perolehan kekayaan dengan mudah, entah berasal dari hasil mengambil hak orang lain atau sebagainya.
- b. Gharar, menurut bahasa gharar artinya bertaruh. Sementara itu, istilah gharar berarti sesuatu yang melibatkan ambiguitas, pertaruhan atau perjudian. Semua

transaksi yang barang atau statusnya masih belum jelas termasuk jual beli gharar.

- c. Riba, menurut bahasa kata riba adalah pertumbuhan, keuntungan, peningkatan atau peningkatan. Riba menurut istilahnya, berarti mengambil tambahan modal atau modal secara cuma-cuma.

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Terdapat 338 responden yang diperoleh dalam penelitian ini. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut: jenis kelamin, jurusan, bank syariah yang digunakan, dan layanan *digital banking* yang digunakan. Penyebaran kuesioner yang disebar memberikan jawaban dengan karakteristik responden yang lengkap sebagai berikut:

4.1.2.1 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	104	31%
2	Perempuan	234	69%
Total		338	100%

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan Tabel 4.1 terlihat bahwa dalam penelitian ini terdapat 338 responden berdasarkan jenis kelamin. Responden laki-laki berjumlah 104 responden (31%) dan 234 responden (69%) merupakan responden perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi dibandingkan laki-laki.

4.1.2.2 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Karakteristik responden berdasarkan jurusan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Manajemen	115	34%
2	akuntansi	83	25%
3	Perbankan Syariah	140	41%
Total		338	100%

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa dari 338 responden penelitian, sebanyak 115 responden (34%) jurusan manajemen, 83 responden (25%) jurusan akuntansi, dan 140 responden (41%) jurusan perbankan syariah. Dari hasil pemaparan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa responden jurusan perbankan syariah lebih memilih menggunakan layanan *digital banking*.

4.1.2.3 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan

Karakteristik responden berdasarkan bank syariah yang digunakan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	BSI	141	42%
2	Muamalat	80	24%
3	BCA Syariah	39	11%
4	Lainnya	78	23%
Total		338	100%

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel 4.3 memperlihatkan jumlah responden berdasarkan Bank Syariah yang digunakan dari 338 responden. BSI terdapat 141 responden (42%), Bank Muamalat ada 80 responden (24%), BCA Syariah dengan 39 responden (11%), dan lainnya sebanyak 78 responden (23%). Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak memilih BSI dalam menggunakan layanan *digital banking*

4.1.2.4 Komposisi Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan *Digital Banking* yang Digunakan

Karakteristik responden berdasarkan layanan *digital banking* yang digunakan dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Layanan *Digital Banking* yang Digunakan

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Mobile banking	251	74%
2	Internet banking	43	13%
3	SMS banking	21	6%
4	Lainnya	23	7%
Total		338	100%

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel 4.3 menyatakan jumlah responden berdasarkan layanan digital yang digunakan dari 338 responden. *Mobile banking* sebanyak 251 responden (74%), *internet banking* sebanyak 43 responden (13%), *SMS banking* sebanyak 21 responden (6%), dan lainnya sebanyak 23 responden (7%). Dari tabel diatas disimpulkan bahwa layanan *mobile banking* lebih banyak dipilih oleh responden.

4.1.3 Deskripsi Frekuensi Variabel

Data frekuensi variabel berdasarkan kuesioner yang dibagikan dan diisi oleh 338 nasabah pengguna bank syariah di Fakultas Ekonomi UIN Malang. Sebaran jawaban responden terkait dengan variabel keamanan, kenyamanan dan minat, hasilnya sebagai berikut:

4.1.3.1 Variabel Keamanan

Variabel keamanan diukur dengan 5 indikator dalam penelitian ini yaitu : terjaminnya transaksi, kemudahan transaksi, bukti transaksi, citra perusahaan, dan jaminan keamanan. Pengukuran indikator-indikator ini dilakukan secara kuantitatif, yaitu. pemberian skor pada setiap indikator terhadap persepsi responden mengenai beberapa aspek. Secara umum persepsi responden terhadap variabel keamanan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Keamanan

Variabel	Item Pertanyaan	Skor					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
Keamanan	X1.1	67	261	9	1	0	4,17
	X1.2	79	243	14	2	0	4,18
	X1.3	104	229	5	0	0	4,29
	X1.4	96	231	10	1	0	4,25
	X1.5	105	231	2	0	0	4,30
	X1.6	98	233	4	3	0	4,26
	X1.7	84	243	7	4	0	4,20
	X1.8	78	252	7	1	0	4,20
	X1.9	87	243	6	1	1	4,22
	X1.10	86	245	7	0	0	4,23

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel diatas terdapat 5 indikator dalam variabel keamanan yang kemudian disimpulkan sebagai berikut :

a. Pada item X1.1 dengan pernyataan saya merasa terjamin melakukan transaksi secara *online* pada *digital banking*, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 261 jawaban responden.

b. Pada item X1.2 dengan pernyataan saya percaya bahwa data pribadi terjamin kerahasiaannya, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 243 jawaban responden.

c. Pada item X1.3 dengan pernyataan layanan *digital banking* mudah diakses, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 229 jawaban responden.

d. Pada item X1.4 dengan pernyataan transaksi pembayaran yang digunakan sangat efektif, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 231 jawaban responden.

e. Pada item X1.5 dengan pernyataan situs layanan *digital banking* selalu memberikan bukti transaksi, ddiperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 231 jawaban responden.

f. Pada item X1.6 dengan pernyataan selalu muncul notifikasi sebagai bukti transaksi berhasil, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 233 jawaban responden.

g. Pada item X1.7 dengan pernyataan bagi perbankan syariah memiliki reputasi yang baik, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 243 jawaban responden.

h. Pada item X1.8 dengan pernyataan saya melihat perbankan syariah memberikan kesan yang positif terhadap nasabah, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 252 jawaban responden.

i. Pada item X1.9 dengan pernyataan memberikan keamanan saldo direkening, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 243 jawaban responden.

j. Pada item X1.10 dengan pernyataan memberikan keamanan bahwa uang yang ditransfer sampai pada tujuan yang tepat, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 245 jawaban responden.

4.1.3.2 Variabel Kenyamanan

Variabel kenyamanan dalam penelitian ini diukur dengan 4 indikator yaitu : kenyamanan akses, kenyamanan transaksi, kenyamanan manfaat, dan kenyamanan setelah memperoleh manfaat. Pengukuran indikator-indikator tersebut dilakukan secara kuantitatif, yaitu. pemberian skor pada setiap indikator terhadap persepsi responden mengenai beberapa aspek. Pandangan umum responden terhadap variabel kenyamanan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Kenyamanan

Variabel	Item Pernyataan	Skor					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
Kenyamanan	X2.1	100	237	1	0	0	4,29
	X2.2	101	233	1	3	0	4,28
	X2.3	115	216	6	1	0	4,32
	X2.4	105	229	3	1	0	4,30
	X2.5	115	220	2	1	0	4,33
	X2.6	97	239	3	0	0	4,28
	X2.7	106	231	1	0	0	4,31
	X2.8	109	227	2	0	0	4,32

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel diatas terdapat 4 indikator dalam variabel kenyamanan yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

a. Pada item X2.1 dengan pernyataan saya merasa *digital banking* memberikan kemudahan dalam mengakses layanan, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 237 jawaban responden.

- b. Pada item X2.2 dengan pernyataan layanan *digital banking* memiliki fitur yang nyaman untuk digunakan, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 233 jawaban responden.
- c. Pada item X2.3 dengan pernyataan saya dapat melakukan transaksi layanan *digital banking* dimanapun, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 216 jawaban responden.
- d. Pada item X2.4 dengan pernyataan saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan *digital banking*, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 229 jawaban responden..
- e. Pada item X2.5 dengan pernyataan layanan *digital banking* memberikan kemudahan dalam pelayanannya, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 230 jawaban responden.
- f. Pada item X2.6 dengan pernyataan layanan *digital banking* banyak memberikan manfaat yang nyaman kepada saya, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 239 jawaban responden.
- g. Pada item X2.7 dengan pernyataan saya merasa mendapatkan banyak manfaat setelah menggunakan *digital banking*, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 231 jawaban responden.
- h. Pada item X2.8 dengan pernyataan Saya akan melakukan pemakaian kembali layanan *digital banking*, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 227 jawaban responden.

4.1.3.3 Variabel Minat

Terdapat 4 indikator yang mengukur variabel minat dalam penelitian ini yaitu : kemudahan, kemanfaatan, risiko, dan kepercayaan. Pengukuran indikator-indikator ini dilakukan secara kuantitatif, yaitu. pemberian skor pada setiap indikator terhadap persepsi responden mengenai beberapa aspek. Secara umum persepsi responden terhadap variabel minat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Minat

Variabel	Item Pernyataan	Skor					Mean
		SS	S	KS	TS	STS	
Minat	Y1	91	241	5	1	0	4,25
	Y2	113	219	4	1	1	4,31
	Y3	95	240	3	0	0	4,27
	Y4	105	235	0	0	0	4,30
	Y5	74	247	16	1	0	4,17
	Y6	62	259	13	4	0	4,12
	Y7	68	265	5	0	0	4,19
	Y8	84	246	7	1	0	4,22

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Berdasarkan tabel diatas terdapat 4 indikator dalam variabel keamanan yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Pada item Y1 dengan pernyataan fitur layanan *digital banking* mudah untuk dipelajari, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 241 jawaban responden.
- b. Pada item Y2 dengan pernyataan proses transaksi pada *digital banking* mudah untuk dilakukan, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 219 jawaban responden..
- c. Pada item Y3 dengan pernyataan saya yakin dengan menggunakan *digital banking* akan memberikan manfaat bagi saya, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 240 jawaban responden..
- d. Pada item Y4 dengan pernyataan saya dapat melakukan transaksi lebih praktis dengan menggunakan *digital banking*, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 235 jawaban responden.
- e. Pada item Y5 dengan pernyataan layanan *digital banking* tidak pernah merugikan saya dalam proses transaksi, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 227 jawaban responden.

f. Pada item Y6 dengan pernyataan layanan *digital banking* tidak pernah memberikan perasaan takut bagi saya selama proses transaksi maupun setelahnya, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 259 jawaban responden.

g. Pada item Y7 dengan pernyataan saya percaya dengan jaminan kepuasan pada layanan *digital banking*, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 265 jawaban responden.

h. Pada item Y8 dengan pernyataan saya percaya layanan yang saya terima sesuai dengan harapan, diperoleh jawaban setuju yang paling dominan dengan 246 jawaban responden.

4.1.4 Hasil Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner valid atau tidak (Ghozali, 2009) Uji validitas pada penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 0,05 dengan syarat: jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti item pernyataan dikatakan valid, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ itu berarti item pernyataan dapat dikatakan tidak valid. Dibawah ini merupakan hasil uji validitas variabel keamanan (X1), kenyamanan (X2), dan minat (Y) dengan menggunakan aplikasi SPSS 26.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan (X1)

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,546	0,106	VALID
X1.2	0,463	0,106	VALID
X1.3	0,554	0,106	VALID
X1.4	0,627	0,106	VALID
X1.5	0,559	0,106	VALID
X1.6	0,584	0,106	VALID
X1.7	0,622	0,106	VALID
X1.8	0,607	0,106	VALID
X1.9	0,635	0,106	VALID
X1.10	0,601	0,106	VALID

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Dari tabel diatas mengenai hasil pengujian validitas indikator variabel keamanan (X1) terlihat bahwa pada penelitian ini koefisien korelasi indikator pengukuran variabel lebih tinggi dari r tabel = 0,106 (nilai r tabel N = 338). Maka seluruh indikator dikatakan valid.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Variabel Kenyamanan (X2)

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X2.1	0,584	0,106	VALID
X2.2	0,567	0,106	VALID
X2.3	0,520	0,106	VALID
X2.4	0,612	0,106	VALID
X2.5	0,565	0,106	VALID
X2.6	0,563	0,106	VALID
X2.7	0,522	0,106	VALID
X2.8	0,471	0,106	VALID

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Dari tabel diatas hasil uji validitas indikator variabel kenyamanan (X2) terlihat bahwa koefisien korelasi indikator pengukuran variabel pada penelitian ini lebih tinggi dari r-tabel = 0,106 (nilai r-tabel N = 338), sehingga seluruh indikator dikatakan **valid**.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0.542	0,106	VALID
Y2	0,498	0,106	VALID
Y3	0,539	0,106	VALID
Y4	0,553	0,106	VALID
Y5	0,568	0,106	VALID
Y6	0,579	0,106	VALID
Y7	0,572	0,106	VALID
Y8	0,631	0,106	VALID

Sumber : *Data Diolah (2023)*

Dari tabel atas mengenai hasil uji validitas indikator variabel minat (Y) yang diteliti di atas terlihat bahwa koefisien korelasi indikator pengukuran variabel dalam penelitian ini lebih tinggi dari $r \text{ tabel} = 0,106$ (nilai $r \text{ tabel}$) . $N = 338$, sehingga dikatakan seluruh indikator Y **valid**.

4.1.5 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Menurut Ghazali (2016) suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* $> 0,6$. Berikut hasil uji reliabilitas variabel keamanan (X1), kenyamanan (X2), dan minat (Y) menggunakan SPSS.

Tabel 4.11**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.880	26

Sumber : *SPSS 26*

Terlihat dari tabel di atas bahwa nilai cronbach's alpha adalah $0,880 > 0,6$. Dengan demikian, berdasarkan uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa 26 pernyataan penelitian dinyatakan **reliabel**.

4.1.6 Uji Asumsi Klasik

4.1.6.1 Uji Normalitas

Dalam suatu model regresi dilakukan uji normalitas suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya apakah berdistribusi normal atau tidak normal (Ghozali, 2016). Data dikatakan normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Uji statistik yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji Kolmogorov Smirnov. Berikut adalah hasil uji normalitas yang dilakukan dengan SPSS 26.

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		338	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.46962292	
Most Extreme Differences	Absolute	.071	
	Positive	.054	
	Negative	-.071	
Test Statistic		.071	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.063 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.057
		Upper Bound	.070

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.

Sumber : SPSS 26

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa nilai signifikansi pada ujinormalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov menggunakan metode Monte Carlo sebesar $0,063 > 0,05$, maka bisa disimpulkan pada penelitian ini berdistribusi normal.

4.1.6.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel secara linier saling berhubungan atau tidak. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *variance inflation factor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Multikolinieritas terjadi apabila nilai *tolerance* < 10 . Jika nilai *VIF* tidak lebih dari 10 maka dapat dikatakan multikolinieritas yang dihasilkan tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas). Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS 26.

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.808	1.349		5.787	.000		
	Total_X1	.401	.036	.532	11.064	.000	.596	1.679
	Total_X2	.263	.047	.269	5.597	.000	.596	1.679

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : SPSS 26

Dari dilihat dari tabel diatas bahwa nilai VIF keamanan (X1) yakni $1,679 < 10$, kenyamanan (X2) yaitu $1,679 < 10$, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas karena nilai VIF kurang dari 10.

4.1.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan alat pengujian model regresi yang digunakan untuk mengetahui perbedaan *variace* dan residual antar observasi. Jika nilai statistik $t^{\text{hitung}} < t^{\text{tabel}}$ maka tidak mengandung heteroskedastisitas. Hal ini tercermin dari probabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5%. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS 26.

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

			Total_X1	Total_X2	Unstandardize d Residual
Spearman's rho	Total_X1	Correlation Coefficient	1.000	.577**	.035
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.517
		N	338	338	338
	Total_X2	Correlation Coefficient	.577**	1.000	-.028
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.608
		N	338	383	338
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.035	-.028	1.000
		Sig. (2-tailed)	.517	.608	.
		N	338	338	338

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas bisa diperhatikan dari nilai signifikan pada uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Spearman's rho* yakni keamanan (X1) sebesar $0,517 > 0,05$ dan kenyamanan (X2) sebesar $0,608 > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.6.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan alat uji model regresi yang digunakan untuk mengetahui varians dan perbedaan residual antar observasi. Apabila nilai statistik $t^{\text{hitung}} < t^{\text{tabel}}$ maka tidak mengandung heteroskedastisitas. Hal ini tercermin dari probabilitas signifikansi di atas tingkat kepercayaan 5%. Berikut adalah hasil uji autokorelasi dengan menggunakan SPSS 26.

Tabel 4.15

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.734 ^a	.538	.535	1.474	2.066

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas dapat diamati bahwa nilai Durbin Watson (d) sebesar 2,066. jumlah sampel (n) 338 dan jumlah variabel independen (k) 2, maka diperoleh nilai $dU = 1,8508$ dan nilai $4-dU = 2,1492$. Syarat data agar lolos dari uji autokorelasi adalah jika $dU < d < 4-dU$, sehingga diperoleh nilai sebesar $1,8508 < 2,066 < 2,1492$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada data penelitian ini.

4.1.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Persamaan untuk analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Minat Gen Z

X1 : Keamanan

X2 : Kenyamanan

α : Konstanta

b1 : Koefisien Regresi X1

b_2 : Koefisien Regresi X_2

e : Standar error

Berikut hasil uji regresi linear berganda menggunakan SPSS 26.

Tabel 4.16

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.808	1.349		5.787	.000
	Total_X1	.401	.036	.532	11.064	.000
	Total_X2	.263	.047	.269	5.597	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : SPSS 26

Dari tabel di atas, persamaan regresi linier adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 7,808 + (0,401) X_1 + (0,263) X_2 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel independen keamanan (X_1) memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi Z (Y) dengan koefisien sebesar 0,401, artinya ketika variabel keamanan meningkat, minat generasi Z meningkat sebesar 0,401 dengan asumsi variabel lainnya tetap.
2. Untuk variabel bebas kenyamanan (X_2) memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi Z (Y) dengan faktor sebesar 0,263, artinya ketika variabel kenyamanan meningkat maka minat generasi Z meningkat sebesar 0,263 dengan asumsi variabel lain tetap .

4.1.8 Uji Hipotesis

4.1.8.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan dalam model regresi untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dapat dilihat dari nilai signifikansi yang dibandingkan dengan α (5%) dengan ketentuan jika nilai $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak, begitupun sebaliknya jika nilai $sig > \alpha$ maka H_0 diterima. Berikut hasil uji t menggunakan SPSS 26.

Tabel 4.17

Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.808	1.349		5.787	.000
	Total_X1	.401	.036	.532	11.064	.000
	Total_X2	.263	.047	.269	5.597	.000

a. Dependent Variable: Total_Y
Sumber SPSS 26

Dari tabel diatas diketahui uji t dengan taraf signifikan 0,05 terbukti bahwa:

1. Hipotesis 1

$H_0 \neq$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel keamanan (X1) terhadap minat generasi Z (Y)

$H_1 =$ Terdapat pengaruh signifikan antara variabel keamanan (X1) terhadap minat generasi Z (Y)

Dari hasil Uji t menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat generasi Z dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,064 > 1,967$.

2. Hipotesis 2

$H_0 \neq$ Tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel kenyamanan (X2) terhadap minat generasi Z (Y)

$H_2 =$ Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kenyamanan (X2) terhadap minat generasi Z (Y)

Dari hasil Uji t menunjukkan kenyamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat generasi Z dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,597 > 1,967$

4.1.8.2 Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Dapat dilihat dari nilai sig α (5%) dengan ketentuan jika nilai sig $< \alpha$ maka H_0 ditolak, begitupun sebaliknya jika nilai sig $> \alpha$ maka H_0 diterima. Berikut hasil uji F menggunakan SPSS 26

Tabel 4.18

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	848.198	2	424.099	195.196	.000 ^b
	Residual	727.850	335	2.173		
	Total	1576.047	337			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber : SPSS 26

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai signifikansi X1 dan X2 berpengaruh terhadap nilai Y secara simultan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $195,196 > F$ tabel $3,022$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa X1 dan X2 mempengaruhi Y secara simultan yang berarti H_3 diterima.

4.1.9 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh variabel independen menyebabkan persentase perubahan variabel dependen. Semakin besar nilai R², semakin besar proporsi variasi total variabel bebas yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas tersebut. Berikut hasil pengujian koefisien determinasi SPSS 26.

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.535	1.474

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : SPSS 26

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *R square* sebesar 0,538 atau 53,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki hubungan yang kuat dengan variabel dependen. Sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat variabel independen lain yang dapat mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking*.

4.2 Pembahasan

Pengaruh keamanan dan kenyamanan layanan perbankan digital terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah dapat dijelaskan berdasarkan hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian pada layanan perbankan syariah sebagai berikut :

1. Pengaruh keamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh secara parsial terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking* dengan nilai signifikansi yang diperoleh dari uji t yakni sebesar $0,000 < 0,05$ kemudian dibuktikan dengan uji t dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $11,064 > 1,967$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Penelitian ini semakin membuktikan bahwa sebuah keamanan dalam sistem layanan digital yang dilakukan oleh perbankan syariah mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking*, karena melihat target nasabah adalah generasi Z yang pandai dalam bidang teknologi, sehingga semakin tinggi tingkat keamanan suatu layanan digital, maka semakin besar pula minat generasi Z untuk menggunakan layanan *digital banking*.

Dari hasil pengamatan pada penelitian ini, ditemukan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Ahmad and Pambudi (2013) yang mengungkapkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan perbankan digital.

Dalam sebuah hadis riwayat At Tirmidzi yang berbunyi :

خَيْرُكُمْ مَنْ يَرْجَى خَيْرَهُ وَيُؤْمِنُ شَرَّهُ ۝

Artinya : “Sebaik-baik kalian adalah orang yang diharapkan kebaikannya dan (orang lain) merasa aman dari kejelekannya. ”(HR. At-Tirmidziy no. 2263).

Makna dari hadis diatas menjelaskan bahwa diibaratkan ketika ada orang yang malas mendengar nama seseorang dan ingin menjauhinya karena orang itu

terkenal buruk. Namun di sisi lain, ada orang yang kedatangannya ditunggu banyak orang dan orang-orang di sekitarnya selalu merasa aman dan nyaman. Hal tersebut sama halnya dengan sebuah pengaruh positif atau negatif yang diciptakan oleh sebuah perbankan. Ketika seseorang mendengar nama sebuah bank, kemudian mereka malas mendengarnya dan ingin menjauh karena bank tersebut terkenal buruk. Namun di sisi lain, ada bank yang kehadirannya diharapkan oleh banyak orang dan orang-orang di sekitarnya selalu merasa aman dan nyaman.

2. Pengaruh kenyamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.

Adapun hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kenyamanan terhadap minat Gen Z dalam menggunakan layanan perbankan digital yang nilai signifikansinya diperoleh dari uji t yakni sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini dibuktikan dengan uji t dimana $t \text{ hitung} > \text{ dari } t \text{ tabel}$ yakni $5,597 > 1,967$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak. Penelitian ini menunjukkan bahwa kenyamanan layanan digital berpengaruh sangat positif terhadap minat Gen Z terhadap layanan *digital banking*.

Dari hasil pengamatan pada penelitian ini, ditemukan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Woelandari, *et al.* (2022) dan Habibi & Zaky (2014) mengungkapkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kenyamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.

Dalam Surah Ar-Ra'd ayat 28 yang berbunyi :

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ

Artinya : (yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram.

Makna dari ayat diatas menjelaskan bahwa sumber kenyamanan adalah hati yang selalu mengingat Allah SWT. Dalam penggunaan layanan digital diperlukan rasa aman dan nyaman pada diri nasabah. Untuk mewujudkan hal tersebut kita sebagai nasabah diharuskan selalu ingat dan percaya kepada Allah SWT dan perbankan yang telah diamanahi, agar kita memperoleh kenyamanan dalam melakukan transaksi *digital banking*.

3. Pengaruh keamanan dan kenyamanan layanan digital terhadap minat menggunakan layanan perbankan syariah.

Dilihat dari penelitian ini bahwa terdapat pengaruh yang simultan dan signifikan antara keamanan dan kenyamanan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking* dengan nilai signifikansi dari uji F yakni sebesar $0,000 < 0,05$ dan dibuktikan dengan uji F dimana nilai F hitung $195,196 > F$ tabel $3,022$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima.

Berdasarkan koefisien R sebesar 0,734 berarti variabel independen memiliki korelasi yang kuat dengan variabel dependen. Diketahui pula koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,535. Hasil koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,535 atau 53,5% berarti koefisien determinasi variabel penelitian menunjukkan tingkat korelasi yang kuat. Ketiga variabel independen tersebut memiliki satu kesatuan yang dapat meningkatkan minat Generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking* di bank syariah. Jika salah satu dari ketiga variabel independen tersebut menurun, maka minat penggunaan layanan *digital banking* juga menurun. Namun pada variabel keamanan memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel kenyamanan. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji validitas variabel keamanan dimana nilai t hitung yang diperoleh rata-rata bernilai 0,5 dan 0,6, sedangkan nilai t hitung variabel kenyamanan yang diperoleh rata-rata bernilai 0,5. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel kenyamanan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan tentang pengaruh keamanan dan kenyamanan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking* perbankan syariah, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Sistem keamanan yang baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z. Hal ini disebabkan dalam penelitian yang dilakukan akan semakin baik apabila yang diberikan baik maka akan berpengaruh positif terhadap minat generasi Z. Hal tersebut bisa terjadi karena mahasiswa yang menggunakan layanan *digital banking* memberikan testimoni dan ajakan kepada mahasiswa lainnya sehingga minat mereka dalam menggunakan layanan *digital banking* meningkat.
2. Memberikan kenyamanan kepada nasabah dengan baik akan berpengaruh positif terhadap minat generasi Z menggunakan layanan *digital banking*. Hal tersebut bisa terjadi karena semakin positif rasa nyaman yang diberikan oleh perbankan, maka akan menyebabkan nasabah merasa tertarik dan penasaran sehingga tercipta minat nasabah dalam menggunakan layanan *digital banking*.
3. Dari hasil uji-uji di atas secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan antara keamanan dan kenyamanan terhadap minat generasi Z. Hal ini terjadi karena nasabah pastinya mencari tempat yang aman untuk menyimpan uang mereka, dan memerlukan rasa nyaman dalam menggunakan suatu layanan. Oleh karena itu, semakin tinggi sebuah keamanan dan kenyamanan pada perbankan maka semakin meningkat pula minat nasabah menggunakan layanan *digital banking*. Namun pada variabel keamanan memiliki pengaruh yang lebih besar daripada variabel kenyamanan. Hal ini karena, dibutuhkan keamanan yang terjamin terlebih dahulu untuk menciptakan kenyamanan pada diri nasabah, yang membuat mereka berminat untuk menggunakan layanan *digital banking*.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Perbankan Syariah

Bagi perbankan syariah, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam membahas fungsi dan manfaat layanan digital khususnya bagi Generasi Z, serta diharapkan perbankan lebih meningkatkan keamanan sistem untuk meminimalisir terjadinya kejahatan *online* pada perbankan dengan meningkatkan fleksibilitas sistem. Karena jika keamanan pada *digital banking* terjamin maka akan timbul sebuah kenyamanan pada diri nasabah yang akan meningkatkan minat mereka dalam menggunakan layanan *digital banking*.

5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti berikutnya, diharapkan untuk melakukan pengujian menggunakan variabel lain yang mempengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan layanan *digital banking* untuk pengembangan penelitian dan menambah referensi baru. Adanya pembahsan dalam penelitian ini diperlukan penelitian lebih mendalam untuk hasil yang lebih tepat dan signifikan sesuai dengan arah hubungan masing-masing variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Wisnu Rayhan dan Aryza Fauziyah. 2023. “Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, Dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama)”. *MAKREJU: Manajemen Kreatif Jurnal*. Vol.1, No.1
- Adona, Fitri. 2006. *Citra dan Kekerasan dalam Iklan Perusahaan di Televisi*. Padang : Andalas University Press
- Ahmad, and Bambang Setiyo Pambudi. 2013. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri).” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Alfaruqy, Muhammad Zulfa. 2022. “Generasi Z Dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orangtuanya.” *PSYCHE: Jurnal Psikologi* 4(1):84–95. doi: 10.36269/psyche.v4i1.658.
- Anandita, Florentinus Bigar Anung, dan Sumarno Dwi Saputra. 2015. "Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi akan Risiko terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*. Vol. 15. No. 2
- Andriyani, Meli, and Riski Ardianto. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank.” *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1(02):133–40.
- Arifudin, Opan, Udin Wahrudin, dan Fenny Damayanti Rusmana. 2020. *Manajemen Risiko*. Bandung : Widina Bhakti Persada Bandung
- Arya Bayu Sayeti, Achmad Fauzi, Donni Ferdinan Irawan, Kefas Kristian, and Nabila Salsabila Telaumbanua, Muhammad Dzaky. 2022. “Faktor-Faktor

- Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Kualitas Dan Kemudahan (Studi Literasi Manajemen).” *Jemsi Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 3(4):405–13.
- Aseng, Andrew Christian. 2020. “Factors Influencing Generation Z Intention in Using FinTech Digital Payment Services.” *CogITO Smart Journal* 6(2):155–66. doi: 10.31154/cogito.v6i2.260.155-166.
- Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). "Understanding service convenience". *Journal of Marketing*. 66(3), 1–17
- Candy, Muhammad, and Awang Batubara. 2022. “Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah.” *Jurnal Masharif Al-Syariah* 7(30):706–25.
- Chen, Yu-Shan. 2010. "The Driver of Green Brand Equity: Green Brand Image, Green Satisfaction, and Green Trust". *Journal of Business Ethics*. 9(3):307-319.
- Damasta, Moch. Isnain dan Widayanto. 2018. "Pengaruh Kemudahan Transaksi dan *Shopping Convenience* Terhadap *Customer Satisfaction* Melalui Keputusan Pembelian Dalam Transaksi Belanja Online (Studi pada Mahasiswa FISIP Undip Pengakses Situs Lazada.co.id)". *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 7, No. 4
- Fandi, Achmad. 2019. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.” *Jurnal Ekonomi Islam* 2(3):110–17.
- Habibi, Muhammad, Achmad Zaky. 2015. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah.” (165).
- Hamzah, Amir, and Nurfania Sukma. 2021. “Factors That Influence the Interest in the Utilization of Sharia Financial Technology on Millennials and Generation Z.” *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*

6(2):119. doi: 10.30984/tjebi.v6i2.1614.

Hartono, Jogyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Johri, Amar. 2023. "Exploring Customer Awareness towards Their Cyber Security in the Kingdom of Saudi Arabia: A Study in the Era of Banking Digital Transformation." *Hindawi. Human Behavior and Emerging Technologies* 2023.

Junaedi, Edy. 2023. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan." 2:13–32.

Kasinem. 2020. "Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat". *Jurnal Media Wahana Ekonomika*. Vol. 17. No.4

Kholid, Fernanda Idham, and Embun Duriyani Soemarso. 2018. "Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang." *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 8(2):49–57.

Kurniawan, Adhi., Reni Shinta Dewi., dan Ngatno. 2021. "Pengaruh *E-Service Quality* Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Marketplace* Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. X, No.1

Ludiya, Hielvita. 2010. "Pengaruh *Relational Benefit* Terhadap *Relational Outcomes Behavioral (WOM, Trust & Commitment)* Melalui *Satisfaction* (Survei Pada Nasabah Pt. Bank Negara Indonesia Wilayah Jakarta)". *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa (Online)*. Vol. 3

Mijaya, Komarra, Daru Asih. 2022. "Pengaruh Kepemimpinan, Layanan Digital Dan Pelatihan Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Kinerja Tenaga Fungsional Peneliti Dokumen Tingkat Ahli." 4.

- Mukhtisar, Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, and Evriyenni Evriyenni. 2021. "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)." *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*. 3(1):56. doi: 10.22373/jihbiz.v3i1.9632.
- Nafi'ah, Ismiyatun dan Noven Suprayogi. 2019. "Analisis Manajemen Risiko Pendistribusian Zakat Pada LAZNAS Daarut Tauhid Peduli Cabang Malang". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 6, No. 10
- Normasari, Erina, and Sekar Mayangsari. 2022. "THE INFLUENCE OF FRAUD STAR AND DIGITAL BANKING ON FFR IN BANKING SECTOR AND THE MODERATING ROLE OF FOREIGN OWNERSHIP." *JRABA : Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga* 7(2):1319–42.
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, and Abdul Jalil. 2020. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2(1):87–104. doi: 10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104.
- Philip Kotler dan Amstronng. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke-12. Erlangga. Jakarta
- Phuong, L.-H. V. (2020). "The Relationship Between Online Convenience, Online Customer Satisfaction, Buying Intention and Electronic Word-of-Mouth". *Independent Journal of Management & Production (IJM&P)*. Vol. 11, No. 7
- Rodiah, Siti., and Inaya Sari Melati. 2020. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang." *Journal of Economic Education and Entrepreneurship* 1(2):66. doi: 10.31331/jee.v1i2.1293.
- Rukmiyati, Ni Made Sri., I Ketut Budiarta. 2016. "Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi dan *Perceived Usefulness* pada Kepuasan Pengguna Akhir *Software Akuntansi* (Studi Empiris pada Hotel Berbintang

Di Provinsi Bali)". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Vol. 5, No. 1.

Suciati, Fithri., Baiq Anggun Hilendri Lestari, Farah Latifah Nurfauziah, Citra Kharisma Utami, Fitria Ningrum Sayekti, Anita De Grave, Siska Yulia Defitri, Yenny Wati, Fibria Anggraini Puji Lestari dan Ekki Satria Jaya. 2022. *Pengantar Akuntansi*. Padang : PT.Global Eksekutif Teknologi

Sukma, Melinda, dan Sulis Riptiono. 2022. "Pengaruh *Transaction Convenience*, *Coupon Sales Promotion*, dan *Perceived Value* terhadap *Repurchase Intention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna *ShopeePay* di Kabupaten Kebumen)". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 4, No.1

Triandi, Budi. 2019. "Keamanan Informasi Secara Aksiologi Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0." *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)* 6(5):477–83.

Wafa, Sirril, and Yanies Novira Soedarmadi. 2021. "Subjective Well Being Pada Generasi Z Santri Ptyq Remaja Kudus." *Proyeksi* 16(2):183.

Woelandari, DWPGSW Dewi Sri, N. W. Setyawati, and ... 2022. "EASE of USE, CONVENIENCE, TRUST, and INTENTION to USE MOBILE BANKING." *Journal of Economic Development, Environment and People* 11(3):62–70.

Yuliawan, E., Siagian, H., & Willis, L. 2018. "Analisis Pengaruh Faktor Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada *Online Shop* Zalora Indonesia (studi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan)". *Jurnal Ekonomi dan kewirausahaan*, 34-49.

<https://www.cnnindonesia.com/> , diakses pada 05 Desember 2022

<https://www.ojk.go.id/>, diakses pada 05 Desember 2022

<https://www.kemenkeu.go.id> , diakses pada 28 Juni 2023

LAMPIRAN

Lampiran I

KUESIONER

Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah.

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

Yth

Saudara/I Responden

Assalamualaikum wr. wb

Saya Aula Rosyadah mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)”. maka dari itu saya memohon ketersediaan Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap dan jujur. Seluruh jawaban yang saya terima murni hanya digunakan untuk kepentingan peneliti. Oleh karena itu, mohon untuk mengisi seluruh pertanyaan dan Saudara/I akan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb

Hormat Saya,

Aula Rosyadah

KUESIONER

**PENGARUH KEAMANAN DAN KENYAMANAN LAYANAN *DIGITAL*
BANKING TERHADAP MINAT GENERASI Z DALAM
MENGUNAKAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH
(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang)**

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Jurusan

- Manajemen
- Akuntansi
- Perbankan Syariah

Bank Syariah yang digunakan :

- BSI
- Muamalat
- BCA Syariah
- Lainnya

Layanan digital yang digunakan :

- Mobile Banking
- Internet Banking
- SMS Banking
- Lainnya

Saudara/I berilah tanda (√) untuk memberikan tanggapan yang sesuai pada pernyataan berikut ini :

1 : (STS) Sangat Tidak Setuju

2 : (TS) Tidak Setuju

3 : (KS) Kurang Setuju

4 : (S) Setuju

5 : (SS) Sangat Setuju

1. Variabel Keamanan (X1)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa terjamin melakukan transaksi secara <i>online</i> pada <i>digital banking</i>					
2	Saya percaya bahwa data pribadi terjamin kerahasiaannya					
3	Layanan <i>digital banking</i> mudah diakses					
4	Transaksi pembayaran yang digunakan sangat efektif					
5	Situs layanan <i>digital banking</i> selalu memberikan bukti transaksi					
6	Selalu muncul notifikasi sebagai bukti transaksi berhasil					
7	Bagi saya perbankan syariah memiliki reputasi yang baik					
8	Saya melihat perbankan syariah memberikan kesan yang positif terhadap nasabah					
9	Layanan <i>digital banking</i> menawarkan sesuatu yang dijamin kualitasnya					
10	Produk pada <i>digital banking</i> bermanfaat bagi saya					

2. Variabel Kenyamanan (X2)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa <i>digital banking</i> memberikan kemudahan dalam mengakses layanan					
2	Layanan <i>digital banking</i> memiliki fitur yang nyaman untuk digunakan					
3	Saya dapat melakukan transaksi layanan <i>digital banking</i> dimanapun					
4	Saya merasa nyaman bertransaksi menggunakan <i>digital banking</i>					
5	Layanan <i>digital banking</i> memberikan kemudahan dalam pelayanannya					
6	Layanan <i>digital banking</i> banyak memberikan manfaat yang nyaman kepada saya					
7	Saya merasa mendapatkan banyak manfaat setelah menggunakan <i>digital banking</i>					
8	Saya akan melakukan pemakaian kembali layanan <i>digital banking</i>					

3. Minat (Y)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Fitur layanan <i>digital banking</i> mudah untuk dipelajari					
2	Proses transaksi pada <i>digital banking</i> mudah untuk dilakukan					
3	Saya yakin dengan menggunakan <i>digital banking</i> akan memberikan manfaat bagi saya					
4	Saya dapat melakukan transaksi lebih praktis dengan menggunakan <i>digital banking</i>					
5	Layanan <i>digital banking</i> tidak pernah merugikan saya dalam proses transaksi					
6	Layanan <i>digital banking</i> tidak pernah memberikan perasaan takut bagi saya selama proses transaksi maupun setelahnya					
7	Saya percaya dengan jaminan kepuasan pada layanan <i>digital banking</i>					
8	Saya percaya layanan yang saya terima sesuai dengan harapan					

Lampiran 2_Responden Keamanan (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total_X1
1	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	44
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	45
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
8	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
14	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
15	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	36
16	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
17	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
18	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
19	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
20	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
21	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	44
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
24	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
27	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	45
28	4	5	5	2	4	5	3	3	3	3	37
29	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
30	3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	41

31	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
34	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44
35	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
36	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
40	4	3	5	4	4	2	4	4	4	4	38
41	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	3	4	4	3	5	4	4	5	5	3	40
44	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	43
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
47	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
48	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
49	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	42
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
54	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
55	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
56	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
57	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
58	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	45
59	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
60	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
61	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
62	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	39
63	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	46

97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
99	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
100	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
101	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	39
102	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	43
103	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	43
104	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
105	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
107	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
108	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	46
109	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	45
110	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	43
111	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
113	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	46
114	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
115	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	41
116	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43
117	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	44
118	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
119	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
120	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
121	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
122	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
123	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
124	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
125	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
126	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
127	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
128	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
129	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44

130	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
132	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
133	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
135	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
136	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
138	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
141	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	43
142	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45
143	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
145	5	3	4	4	4	4	5	4	3	5	41
146	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
147	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
148	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
149	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
150	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
151	5	5	5	4	4	5	5	3	4	3	43
152	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
153	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
154	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
156	5	4	5	5	5	3	3	3	3	4	40
157	4	2	4	4	5	4	2	4	4	4	37
158	3	3	5	4	5	5	4	5	4	4	42
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
160	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
162	4	5	3	5	5	3	4	4	4	5	42

163	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	46
164	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
165	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	45
166	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
168	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
169	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	43
170	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	42
171	4	4	5	5	5	2	5	5	4	4	43
172	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
173	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
174	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
175	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
176	4	4	5	3	5	4	5	5	5	3	43
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
178	2	4	4	5	4	2	3	2	1	4	31
179	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
181	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
183	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
184	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
186	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
187	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
188	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
190	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
191	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
192	5	5	4	3	3	3	4	3	5	5	40
193	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
194	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
195	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41

196	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
197	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
198	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
199	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
200	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
201	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
202	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
203	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
208	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
209	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
210	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
211	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
212	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
213	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
214	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
215	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
216	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
218	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
219	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
220	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
222	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
225	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	43
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
227	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
228	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	44

229	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
230	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
231	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
232	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
233	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
234	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
235	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
237	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
239	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
240	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
241	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
242	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
243	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
244	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
245	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
246	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
247	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
248	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
249	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	44
250	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44
251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
252	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
253	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
254	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
255	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
256	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
257	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
259	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
260	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
261	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47

262	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
263	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	45
264	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
265	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
266	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
267	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
268	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
269	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
270	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
272	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
273	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
274	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
275	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
276	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
277	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
278	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
279	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
280	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
281	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	47
282	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
284	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
285	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
286	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
287	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
288	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
289	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
290	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
291	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
292	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
293	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
294	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41

295	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
296	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
297	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
298	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
299	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
300	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
301	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
302	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
303	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
304	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
305	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
306	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
307	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
308	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
309	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	43
310	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
311	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
312	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
313	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
314	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	43
315	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
316	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
317	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
318	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
319	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
320	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
321	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
322	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
323	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
324	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
325	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
326	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
327	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	43

328	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
329	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
330	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
331	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
332	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
333	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
334	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
335	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
336	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
337	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
338	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Responden Kenyamanna (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
1	4	4	5	5	4	4	5	5	36
2	5	5	5	5	3	4	5	5	37
3	5	5	4	4	5	4	3	5	35
4	4	4	4	4	5	5	5	4	35
5	4	4	3	3	4	3	4	3	28
6	4	4	5	4	4	4	4	4	33
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	4	4	5	5	5	5	38
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	5	5	4	4	4	4	34
11	4	4	5	4	4	4	5	4	34
12	5	5	5	5	5	5	5	4	39
13	4	4	4	4	4	4	4	5	33
14	4	4	4	5	4	5	4	5	35
15	4	5	4	4	4	3	4	4	32
16	5	5	5	5	5	5	5	4	39
17	4	4	4	4	5	4	4	4	33
18	4	5	4	4	5	5	5	5	37
19	4	4	5	4	5	4	4	4	34

53	5	5	4	5	4	4	5	5	37
54	5	5	4	4	4	4	4	4	34
55	4	4	4	5	4	4	4	4	33
56	5	5	4	5	4	5	4	5	37
57	4	4	5	4	4	4	5	4	34
58	5	4	5	4	5	4	5	4	36
59	5	5	5	5	5	4	4	4	37
60	5	5	5	5	4	4	4	4	36
61	5	4	4	4	4	4	5	4	34
62	4	4	5	4	5	4	4	4	34
63	5	5	5	5	5	4	4	5	38
64	4	4	4	4	5	4	4	4	33
65	4	5	5	5	5	4	4	5	37
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	5	5	4	4	4	5	4	5	36
69	4	4	4	4	4	4	5	5	34
70	4	4	4	4	5	4	4	4	33
71	4	5	4	4	5	4	4	5	35
72	4	4	5	4	5	4	4	4	34
73	5	5	4	5	5	5	4	5	38
74	5	4	5	4	4	4	4	4	34
75	4	4	4	4	5	4	5	4	34
76	4	4	4	4	4	4	4	4	32
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	4	4	5	5	4	4	5	36
79	4	5	5	4	5	5	5	5	38
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	4	5	5	5	5	5	4	5	38
83	5	5	4	4	4	4	5	5	36
84	5	4	5	5	4	4	5	4	36
85	5	4	5	5	5	4	4	5	37

86	5	4	4	5	5	4	4	4	35
87	4	4	4	4	4	5	4	4	33
88	5	4	4	4	4	4	4	4	33
89	4	4	4	2	4	4	4	4	30
90	4	5	5	4	4	5	4	4	35
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40
92	5	5	5	5	5	5	5	5	40
93	4	5	4	4	4	4	4	4	33
94	4	4	4	5	5	5	5	5	37
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32
97	4	4	4	4	5	5	4	4	34
98	4	4	4	4	4	4	4	5	33
99	4	4	4	5	4	4	4	4	33
100	4	5	4	4	4	4	4	4	33
101	4	4	4	5	4	4	4	4	33
102	5	4	5	5	5	5	5	4	38
103	4	4	4	4	5	4	4	4	33
104	4	5	4	4	5	5	4	5	36
105	4	5	5	4	5	5	4	5	37
106	5	5	5	5	5	5	5	5	40
107	5	5	5	5	5	4	4	4	37
108	5	5	5	5	5	5	5	4	39
109	4	5	4	5	4	5	4	5	36
110	5	4	4	5	5	4	4	4	35
111	5	5	5	5	5	5	5	5	40
112	4	4	4	4	4	4	4	4	32
113	5	5	4	4	5	5	4	4	36
114	4	5	4	5	5	5	5	4	37
115	5	5	5	5	5	4	5	4	38
116	5	4	4	4	4	5	5	5	36
117	4	4	4	4	4	4	5	4	33
118	5	5	4	4	4	4	5	4	35

119	4	4	5	5	5	4	4	5	36
120	5	4	5	5	4	4	4	4	35
121	5	5	5	5	4	4	4	4	36
122	4	5	5	4	4	4	4	5	35
123	4	4	4	4	4	4	4	4	32
124	4	4	5	4	4	5	4	4	34
125	4	4	4	4	4	5	4	4	33
126	4	5	5	5	5	5	4	4	37
127	5	5	4	5	5	5	4	5	38
128	5	5	5	5	5	5	5	5	40
129	4	4	4	5	5	5	5	4	36
130	4	4	4	4	4	4	4	4	32
131	4	4	4	4	4	4	4	4	32
132	5	5	4	4	5	4	4	4	35
133	4	4	4	4	5	5	4	4	34
134	4	4	3	4	3	4	5	5	32
135	5	5	5	5	5	5	5	5	40
136	5	4	5	4	4	5	5	4	36
137	5	4	4	4	4	4	4	4	33
138	4	4	4	4	4	4	4	4	32
139	4	5	4	4	4	4	5	4	34
140	4	4	4	5	4	4	4	4	33
141	5	5	4	3	4	4	4	4	33
142	4	5	4	4	5	4	5	4	35
143	4	4	4	4	5	5	4	4	34
144	5	5	5	5	5	5	5	5	40
145	4	4	4	4	4	4	5	4	33
146	4	2	5	4	4	4	4	5	32
147	4	4	4	4	5	4	4	4	33
148	4	4	4	4	5	4	4	4	33
149	4	4	4	4	4	4	4	4	32
150	4	4	4	4	4	4	4	4	32
151	4	4	3	5	4	4	4	5	33

152	4	4	4	4	4	5	4	4	33
153	4	4	4	5	4	4	4	4	33
154	5	4	5	4	5	5	5	4	37
155	5	5	5	5	5	5	5	5	40
156	4	4	5	4	5	3	4	5	34
157	4	4	4	4	4	4	4	4	32
158	5	5	5	4	5	4	4	3	35
159	4	4	4	4	4	4	4	4	32
160	4	4	4	4	4	4	4	4	32
161	4	4	4	4	4	4	4	4	32
162	5	3	2	4	5	5	4	4	32
163	5	4	5	5	5	5	4	5	38
164	4	5	5	5	5	5	5	4	38
165	4	4	4	5	5	5	4	4	35
166	4	5	4	5	5	4	5	4	36
167	5	5	5	4	4	5	4	5	37
168	4	4	4	4	4	4	4	4	32
169	3	4	4	5	4	4	4	5	33
170	5	5	4	4	4	4	4	4	34
171	4	5	3	4	4	4	5	4	33
172	4	4	4	4	4	4	4	4	32
173	4	4	4	4	4	5	4	4	33
174	5	5	3	5	5	5	5	5	38
175	4	4	5	5	5	5	5	4	37
176	5	5	4	4	4	4	5	4	35
177	5	4	4	4	4	4	4	4	33
178	4	2	5	4	5	5	5	4	34
179	4	4	4	4	4	4	4	4	32
180	4	4	4	4	4	4	4	4	32
181	5	4	4	4	5	4	4	4	34
182	4	4	4	4	4	4	4	5	33
183	4	4	4	4	4	4	4	5	33
184	5	5	4	4	4	4	4	5	35

218	4	4	4	4	4	4	4	4	32
219	4	5	4	4	4	4	4	4	33
220	4	4	4	4	4	5	5	4	34
221	4	5	4	4	4	4	5	4	34
222	4	4	4	4	4	4	4	4	32
223	4	4	5	4	4	4	4	4	33
224	5	5	5	4	4	4	4	4	35
225	4	4	4	4	5	4	5	4	34
226	4	5	4	4	4	4	4	4	33
227	5	4	5	5	5	4	4	5	37
228	5	5	5	5	4	4	5	5	38
229	4	4	4	4	4	4	4	4	32
230	4	4	5	4	4	4	4	4	33
231	4	4	4	4	4	4	4	4	32
232	4	4	5	4	4	4	4	4	33
233	4	5	4	4	4	4	4	4	33
234	4	4	4	4	4	5	5	4	34
235	4	4	4	4	4	4	4	4	32
236	4	4	4	4	4	4	4	4	32
237	5	4	5	4	4	4	4	4	34
238	4	4	4	4	4	5	4	4	33
239	4	5	4	4	4	4	5	5	35
240	5	4	5	5	4	4	4	4	35
241	4	5	4	5	5	4	4	4	35
242	4	4	4	5	5	5	4	4	35
243	4	4	5	5	4	4	4	4	34
244	4	4	4	4	4	4	5	4	33
245	4	4	4	4	4	5	4	4	33
246	4	4	4	5	5	5	5	4	36
247	4	4	4	4	4	4	5	4	33
248	4	4	5	4	5	4	4	4	34
249	4	4	4	5	4	4	4	4	33
250	4	4	5	4	4	4	4	5	34

284	4	4	4	4	4	5	4	4	33
285	4	4	4	4	4	4	4	4	32
286	5	4	4	4	4	4	4	5	34
287	4	4	4	4	4	4	4	4	32
288	4	4	4	4	5	5	4	4	34
289	4	4	4	5	4	4	4	4	33
290	4	4	4	4	4	4	4	4	32
291	4	4	4	4	4	4	4	4	32
292	4	4	4	4	4	4	4	4	32
293	4	4	4	4	4	5	4	4	33
294	4	4	4	4	5	4	4	4	33
295	4	4	4	4	4	4	4	4	32
296	4	4	4	5	4	4	4	4	33
297	4	4	5	4	4	4	4	4	33
298	4	4	4	5	5	4	4	4	34
299	4	4	4	4	4	4	4	5	33
300	5	4	5	4	4	4	4	4	34
301	4	4	4	4	4	4	4	5	33
302	4	4	5	4	4	4	4	4	33
303	4	4	4	4	4	4	5	4	33
304	4	4	4	4	5	4	4	4	33
305	4	4	5	5	5	4	5	4	36
306	4	4	4	4	4	4	4	4	32
307	5	4	4	4	4	4	4	5	34
308	4	4	4	4	5	4	5	5	35
309	4	5	4	4	4	4	4	5	34
310	4	4	4	4	5	4	5	5	35
311	4	4	5	4	4	4	4	4	33
312	4	4	5	4	5	4	5	5	36
313	4	4	4	4	4	4	4	5	33
314	5	5	5	4	4	4	4	4	35
315	4	5	4	4	5	4	4	4	34
316	4	4	5	4	4	4	5	4	34

42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	2	5	4	4	4	4	4	31
44	5	4	4	4	4	4	4	4	33
45	5	4	3	5	5	5	5	5	37
46	5	4	5	5	4	4	5	5	37
47	4	5	4	4	5	5	5	5	37
48	4	5	5	5	4	4	4	4	35
49	3	4	4	5	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	5	5	4	4	5	4	4	35
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	5	5	4	5	4	5	4	37
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	5	4	4	4	4	4	4	4	33
56	5	4	5	4	4	4	4	4	34
57	4	5	4	5	4	4	4	4	34
58	4	5	4	5	4	5	4	5	36
59	5	5	4	5	4	4	4	4	35
60	4	5	4	5	4	5	4	5	36
61	4	4	5	4	4	4	4	4	33
62	4	5	4	4	4	2	4	4	31
63	5	5	4	5	3	3	5	4	34
64	4	4	5	4	4	4	4	4	33
65	5	5	5	5	4	4	4	4	36
66	5	5	5	5	3	2	4	4	33
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	3	4	4	5	4	4	4	32
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	4	5	5	5	4	4	4	5	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	5	5	4	4	4	5	5	5	37
74	5	5	4	4	4	4	4	5	35

75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	4	4	4	4	4	5	33
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	5	5	4	4	4	5	5	4	36
79	5	5	5	5	4	4	4	4	36
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	4	5	5	5	5	4	5	5	38
82	4	5	4	4	5	5	4	4	35
83	5	5	4	4	4	4	4	4	34
84	5	5	4	5	3	3	4	5	34
85	5	4	4	4	5	4	5	5	36
86	5	5	4	5	5	5	5	4	38
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32
89	4	4	4	4	4	4	4	2	30
90	4	5	5	4	4	4	5	5	36
91	5	5	5	5	4	4	4	4	36
92	4	5	5	5	4	4	4	4	35
93	4	4	4	4	4	4	4	4	32
94	4	4	5	4	5	4	4	4	34
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40
96	5	4	4	4	4	4	4	4	33
97	4	4	4	4	4	4	4	4	32
98	4	4	5	4	4	4	4	5	34
99	4	5	4	4	4	4	5	4	34
100	4	4	4	4	4	4	4	4	32
101	4	4	4	5	4	2	4	4	31
102	5	5	4	5	4	4	4	4	35
103	4	4	4	4	4	4	4	4	32
104	5	4	5	5	4	4	4	5	36
105	5	4	4	5	5	5	4	5	37
106	5	1	5	5	5	5	5	5	36
107	4	4	4	5	4	4	4	4	33

108	4	5	5	5	4	3	4	4	34
109	4	5	4	5	5	4	4	5	36
110	4	4	4	4	4	4	4	4	32
111	5	5	5	5	5	5	5	5	40
112	4	4	4	4	4	3	4	4	31
113	5	5	5	5	5	5	4	4	38
114	4	5	4	4	5	5	5	4	36
115	4	5	4	5	4	4	4	4	34
116	5	5	4	5	5	5	4	5	38
117	4	4	4	4	4	4	4	5	33
118	5	5	4	4	5	5	4	5	37
119	5	4	5	4	4	5	5	4	36
120	4	5	4	4	4	4	4	4	33
121	4	4	4	4	4	4	4	4	32
122	4	4	5	5	4	4	4	5	35
123	4	4	4	4	4	4	4	3	31
124	4	4	4	4	4	4	4	4	32
125	4	4	4	4	4	4	4	4	32
126	5	4	4	4	4	4	4	4	33
127	5	4	5	4	5	5	5	5	38
128	5	5	5	5	5	5	5	5	40
129	4	4	4	4	4	5	5	3	33
130	4	4	5	5	5	4	4	4	35
131	4	4	4	4	4	4	4	4	32
132	5	5	5	5	4	4	4	4	36
133	5	4	4	4	4	4	4	4	33
134	4	4	4	4	4	4	4	4	32
135	4	5	5	5	5	4	5	5	38
136	5	4	4	4	5	4	5	4	35
137	4	4	4	4	4	4	4	4	32
138	5	4	5	4	4	4	4	5	35
139	5	4	4	4	4	4	4	4	33
140	4	5	4	4	4	4	4	4	33

207	4	4	4	4	4	4	4	4	32
208	4	5	4	5	5	4	4	4	35
209	5	4	4	4	4	4	4	5	34
210	4	4	4	4	4	4	4	4	32
211	4	5	5	5	4	4	4	5	36
212	5	5	4	4	4	4	4	4	34
213	4	4	4	4	4	4	4	4	32
214	4	4	4	4	4	4	4	4	32
215	4	5	4	4	4	4	4	4	33
216	4	4	4	4	4	4	4	5	33
217	4	4	4	4	4	4	4	4	32
218	5	4	4	4	4	4	4	4	33
219	5	4	4	4	4	4	4	4	33
220	4	4	4	4	4	4	4	4	32
221	4	4	4	4	4	5	5	5	35
222	4	4	4	5	4	5	5	4	35
223	4	4	5	4	4	4	4	4	33
224	4	4	4	4	4	4	4	5	33
225	4	4	4	5	5	5	4	5	36
226	5	4	4	4	4	4	4	4	33
227	5	4	5	5	5	5	4	4	37
228	4	4	5	5	4	5	4	5	36
229	4	4	4	4	4	4	4	4	32
230	4	5	4	4	4	4	4	4	33
231	4	4	5	4	4	5	4	4	34
232	4	4	5	4	4	4	4	4	33
233	4	5	4	4	4	4	4	4	33
234	4	4	4	4	4	4	4	4	32
235	4	5	4	4	4	4	5	4	34
236	4	4	4	4	4	4	4	4	32
237	4	4	4	5	4	4	4	4	33
238	4	4	4	4	4	5	4	4	33
239	5	4	4	4	4	4	4	4	33

	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X1.7	Pearson Correlation	.217**	.214**	.206**	.251**	.274**	.250**	1	.430**	.412**	.311**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X1.8	Pearson Correlation	.228**	.116*	.204**	.304**	.265**	.303**	.430**	1	.435**	.253**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.033	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X1.9	Pearson Correlation	.320**	.193**	.234**	.248**	.218**	.325**	.412**	.435**	1	.273**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X1.10	Pearson Correlation	.274**	.229**	.231**	.446**	.225**	.272**	.311**	.253**	.273**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338
Total_X1	Pearson Correlation	.546**	.463**	.554**	.627**	.559**	.584**	.622**	.607**	.635**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338	338

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.358**	.317**	.269**	.199**	.212**	.208**	.224**	.608**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X2.2	Pearson Correlation	.358**	1	.215**	.249**	.222**	.184**	.208**	.173**	.582**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X2.3	Pearson Correlation	.317**	.215**	1	.292**	.192**	.100	.155**	.109*	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.065	.004	.045	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X2.4	Pearson Correlation	.269**	.249**	.292**	1	.289**	.284**	.242**	.205**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X2.5	Pearson Correlation	.199**	.222**	.192**	.289**	1	.343**	.208**	.134*	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.013	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X2.6	Pearson Correlation	.212**	.184**	.100	.284**	.343**	1	.294**	.215**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.065	.000	.000		.000	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
X2.7	Pearson Correlation	.208**	.208**	.155**	.242**	.208**	.294**	1	.182**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	.000		.001	.000

Y4	Pearson Correlation	.271**	.314**	.221**	1	.179**	.134*	.133*	.242**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.014	.014	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
Y5	Pearson Correlation	.196**	.041	.175**	.179**	1	.389**	.244**	.302**	.568**
	Sig. (2-tailed)	.000	.448	.001	.001		.000	.000	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
Y6	Pearson Correlation	.167**	.091	.124*	.134*	.389**	1	.349**	.315**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.002	.094	.022	.014	.000		.000	.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
Y7	Pearson Correlation	.177**	.189**	.207**	.133*	.244**	.349**	1	.347**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.014	.000	.000		.000	.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
Y8	Pearson Correlation	.195**	.159**	.285**	.242**	.302**	.315**	.347**	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338
Total_Y	Pearson Correlation	.542**	.498**	.539**	.553**	.568**	.579**	.572**	.631**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	338	338	338	338	338	338	338	338	338

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	216.96	156.919	.411	.879
X1.2	216.95	156.843	.365	.880
X1.3	216.84	155.478	.504	.878
X1.4	216.88	154.455	.557	.877
X1.5	216.83	155.788	.493	.878
X1.6	216.87	155.022	.506	.878
X1.7	216.93	154.389	.550	.877
X1.8	216.93	155.463	.523	.878
X1.9	216.91	155.018	.513	.878
X1.10	216.90	154.853	.578	.877
Total_X1	178.81	103.454	.858	.879
X2.1	216.84	155.881	.498	.878

X2.2	216.85	155.052	.513	.878
X2.3	216.81	157.357	.323	.880
X2.4	216.83	155.634	.483	.878
X2.5	216.80	156.284	.424	.879
X2.6	216.85	156.352	.450	.879
X2.7	216.82	156.700	.418	.879
X2.8	216.81	155.986	.471	.879
Total_X2	186.71	119.351	.778	.871
Y1	216.88	156.194	.447	.879
Y2	216.82	155.767	.430	.879
Y3	216.86	155.885	.494	.878
Y4	216.83	155.539	.530	.878
Y5	216.96	156.117	.437	.879
Y6	217.01	156.721	.385	.880
Y7	216.94	156.664	.468	.879
Y8	216.91	155.894	.475	.879
Total_Y	187.30	118.698	.816	.868

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		338	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.46962292	
Most Extreme Differences	Absolute	.071	
	Positive	.054	
	Negative	-.071	
Test Statistic		.071	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.063 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.057
		Upper Bound	.070

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 926214481.

Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.808	1.349		5.787	.000		

Total_X1	.401	.036	.532	11.064	.000	.596	1.679
Total_X2	.263	.047	.269	5.597	.000	.596	1.679

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Total_X1	Total_X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Total_X1	Correlation Coefficient	1.000	.577**	.035
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.517
		N	338	338	338
	Total_X2	Correlation Coefficient	.577**	1.000	-.028
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.608
		N	338	383	338
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.035	-.028	1.000
		Sig. (2-tailed)	.517	.608	.
		N	338	338	338

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.734 ^a	.538	.535	1.474	2.066

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Regresi linier berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.808	1.349		5.787	.000
	Total_X1	.401	.036	.532	11.064	.000
	Total_X2	.263	.047	.269	5.597	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	848.198	2	424.099	195.196	.000 ^b
	Residual	727.850	335	2.173		

Total	1576.047	337			
-------	----------	-----	--	--	--

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.808	1.349		5.787	.000
	Total_X1	.401	.036	.532	11.064	.000
	Total_X2	.263	.047	.269	5.597	.000

a. Dependent Variable: Total_Y

Uji R2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.535	1.474

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Lampiran 4 : Jurnal Bimbingan

7/6/23, 6:52 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
 FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBIUGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 19540055
 Nama : Aula Rosyadah
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Dosen Pembimbing : Dr. Irmayanti Hasan, ST, MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan Digital Banking Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

JURNAL BIMBIUGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	31 Oktober 2022	Mengajukan outline skripsi	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
2	6 Desember 2022	Mengajukan judul proposal skripsi, acc judul skripsi, dan mengerjakan Bab 1-3	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	16 Januari 2023	Bimbingan proposal skripsi bab 1-3	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	18 Januari 2023	Bimbingan dan Revisi proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	27 Januari 2023	Bimbingan dan Revisi proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
6	3 Februari 2023	Bimbingan dan Revisi proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
7	10 Februari 2023	Bimbingan dan Revisi proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
8	21 Februari	Bimbingan dan Revisi proposal	Genap	Sudah

7/6/23, 6:52 PM

Print Jurnal Bimbingan Skripsi

	2023		2022/2023	Dikoreksi
9	27 Februari 2023	Acc Seminar Proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
10	27 Maret 2023	Seminar Proposal	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
11	6 April 2023	Acc Revisi sempro Bab 1,2, dan 3	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
12	5 Mei 2023	Konsultasi dan acc kuesioner	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
13	5 Juni 2023	Bimbingan Skripsi Bab 4-5	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
14	6 Juni 2023	Revisi Skripsi Bab 4-5	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
15	20 Juni 2023	Acc Sidang Skripsi	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
16	6 Juli 2023	Acc Skripsi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 6 Juli 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Irmayanti Hasan, ST, MM

Lampiran 6 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
 FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si
 NIP : 198908082020121002
 Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Aula Rosyadah
 NIM : 19540055
 Konsentrasi : Entrepreneur

Judul Skripsi : **Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan *Digital Banking* Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari TURNITIN dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
18%	18%	4%	2%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 14 Juni 2023

UP2M



EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO,
 Lc., M.Si

Aula R

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.um-surabaya.ac.id Internet Source	5%
2	bangka.sonora.id Internet Source	2%
3	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	2%
4	docplayer.info Internet Source	2%
5	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1%
6	ejournal2.undip.ac.id Internet Source	1%
7	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
8	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
9	library.gunadarma.ac.id Internet Source	1%

10	rizalmuhamad349.wordpress.com Internet Source	1%
11	www.researchgate.net Internet Source	1%
12	fr.scribd.com Internet Source	1%
13	journal.laaroiba.ac.id Internet Source	1%
14	123dok.com Internet Source	<1%
15	Dilasari Dilasari, Sri Mulyati, Asep Kurniawan. "PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KOTA SUBANG", JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society), 2021 Publication	<1%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography On

Exclude matches Off

Lampiran 7 : Biodata Peneliti**BIODATA PENELITI**

Nama : Aula Rosyadah

Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 17 November 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : RT.02/RW.01, Dsn. Ngipik, Desa Kanigoro, Kec. Pagelaran, Kab. Malang

No. Telepon : 085232457492

Email : aula171100@gmail.com

**Riwayat Pendidikan Formal**

1. MI Miftahul Ulum (2006-2013)
2. MTs Miftahul Ulum (2013-2016)
3. MAN Gondanglegi (2016-2019)
4. UIN Maulanan Malik Ibrahim Malang (2019-2023)

Riwayat Pendidikan Non Formal

1. Mahad Sunan Ampel Al-Aly (2019-2020)
2. Program Khusus Pengembangan Bahasa Arab (PKPBA) UIN Maulanan Malik Ibrahim Malang (2019-2020)
3. *English Language Center (ELC)* UIN Maulanan Malik Ibrahim Malang (2020-2021)
4. PP. Al Hikmah Al Fathimiyyah (2020 - Sekarang)