

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
RELIGIUSITAS DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI
TERHADAP MINAT GEN Z DALAM MELAKUKAN
TRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA MALANG**

SKRIPSI



Oleh

NUR ISTIANAH

NIM: 210503110022

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

2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
RELIGIUSITAS DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI
TERHADAP MINAT GEN Z DALAM MELAKUKAN
TRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi pada Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Negeri (UIN)

Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh

NUR ISTIANAH

NIM : 210503110022

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

2025

LEMBAR PESRETOJUAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH,
RELIGIUSITAS, DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI
TERHADAP MINAT GEN Z DALAM MELAKUKAN
TRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh

Nur Istianah

NIM : 210503110022

Telah Disetujui Pada Tanggal 16 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

NIP. 197708262008012011

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS,
DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI TERHADAP MINAT GEN Z
DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA
MALANG

SKRIPSI

Oleh

NUR ISTIANAH

NIM : 210503110022

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Rini Safitri, M.M

NIP. 199303282019032016

2 Anggota Penguji

Prof. Dr. Siswanto, M.Si

NIP. 197509062006041001

3 Sekretaris Penguji

Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

NIP. 197708262008012011

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Istianah
NIM : 210503110022
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 LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI TERHADAP MINAT GEN Z DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA MALANG adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila ddi 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, 17 Juni 2025

Hormat Saya



Nur Istianah

NIM : 210503110022

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala nikmat, kemudahan, dan kekuatan yang diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Karya ini saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua saya, Bapak Sirajuddin dan Ibu Narimah, yang selalu menjadi sumber kekuatan dan semangat. Terima kasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tulus sepanjang waktu.

Kakak dan adik saya, Gulamun Halim dan Qurrata A'yun, yang selalu memberi semangat dengan cara mereka masing-masing. Terima kasih atas kebersamaan yang tak tergantikan.

Para dosen, khususnya dosen pembimbing, yang telah membimbing dan memberi arahan dengan sabar dan tulus selama proses penyusunan skripsi ini.

Teman-teman seperjuangan, yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini, dalam berbagai bentuk dukungan dan kebersamaan yang sederhana namun berarti.

HALAMAN MOTTO

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

Wa an laisa lil-insāni illā mā sa‘ā

“Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya.”

(Q.S. An-Najm: 39)

مَنْ جَدَّ وَجَدَ

Man jadda wajada

“Barang siapa bersungguh-sungguh, maka ia akan mendapatkan hasil.”

Indeed, nothing will work unless you do

“Sesungguhnya, tidak ada yang akan berhasil jika kamu sendiri tidak berusaha.”

— Maya Angelou

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil‘alamin, segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Karakteristik Demografi terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun dengan tujuan memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan tulus, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan juga dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya di Program Studi Perbankan Syariah, atas ilmu dan pengajaran yang telah diberikan selama masa studi.
5. Staf administrasi Fakultas Ekonomi dan seluruh staf kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah membantu dalam pelayanan akademik dan administrasi dengan penuh tanggung jawab dan keramahan.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sirajuddin dan Ibu Narimah, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan tiada henti dan menjadi sumber kekuatan, motivasi, dan doa yang tak pernah putus dalam setiap langkah hidup penulis.

7. Abang tersayang, Gulamun Halim dan adik tercinta Qurrata A'yun yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan perhatian.
8. Seluruh responden dari kalangan Generasi Z di Kota Malang yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan di Info NUO, atas kebersamaan, bantuan, dan semangat selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca maupun pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Malang, 17 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PESRETUJUAN	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
SURAT PERNYATAAN	III
LEMBAR PERSEMBAHAN	IV
HALAMAN MOTTO	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XII
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	XIV
الملخص.....	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis.....	28
2.2.1 Literasi Keuangan Syariah	28
2.2.2 Religiusitas	36
2.2.3 Karakteristik Demografi.....	45
2.2.4 Minat	48
2.3 Kerangka Konseptual.....	55
2.4 Hipotesis Penelitian.....	56
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang	56
2.4.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang	57
2.4.3 Pengaruh Karakteristik Demografi Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang	58
2.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Karakteristik Demografi Secara Simultan Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang	59

2.5 Landasan Teori Tambahan.....	60
2.5.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	60
2.5.2 Value-Belief-Norm Theory (VBN).....	61
2.5.3 Teori Perilaku Konsumen	61
BAB III METODE PENELITIAN	63
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	63
3.2 Lokasi dan Objek Penelitian.....	63
3.3 Populasi dan Sampel.....	64
3.3.1 Populasi	64
3.3.2 Sampel	65
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	66
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	67
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	68
3.7 Skala Pengukuran Instrumen.....	69
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	70
3.9 Uji Instrument.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	87
4.1 Hasil Penelitian.....	87
4.1.1 Profil Umum Objek Penelitian	87
4.1.2 Gambaran Umum Responden	89
4.1.3 Instrumen.....	103
4.1.4 Uji Asumsi Klasik	106
4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	110
4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	112
4.1.7 Uji Hipotesis.....	113
4.2 Pembahasan.....	117
4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang	117
4.2.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang	120
4.2.3 Pengaruh Karakteristik Demografi terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang	123
4.3 Implikasi Penelitian.....	126
4.3.1 Implikasi Teoritis	126
4.3.2 Implikasi Praktis.....	127
4.3.3 Implikasi dalam Perspektif Islam	129
BAB V PENUTUP	131
5.1 Kesimpulan.....	131
5.2 Saran.....	133
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN – LAMPIRAN	140

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	70
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	72
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	90
Tabel 4. 2 Usia	91
Tabel 4. 3 Pendidikan	93
Tabel 4. 4 Pekerjaan	94
Tabel 4. 5 Pendapatan	96
Tabel 4. 6 Bank Syariah	97
Tabel 4. 7 Domisili Responden.....	99
Tabel 4. 8 Rata-Rata Data Responden	101
Tabel 4. 9 Ringkasan Uji Validitas	104
Tabel 4. 10 Ringkasan Uji Reliabilitas	106
Tabel 4. 11 Uji Normalitas	107
Tabel 4. 12 Uji Multikolineritas.....	108
Tabel 4. 13 Uji Regresi Linier Berganda	110
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R²)	113
Tabel 4. 15 Uji Parsial (Uji t)	114
Tabel 4. 16 Uji Simultan (Uji f).....	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	56
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin	90
Gambar 4. 2 Usia.....	92
Gambar 4. 3 Pendidikan.....	93
Gambar 4. 4 Pekerjaan.....	95
Gambar 4. 5 Pendapatan.....	96
Gambar 4. 6 Bank Syariah.....	98
Gambar 4. 7 Domisili Responden	99
Gambar 4. 8 Uji Heteroskedastisitas.....	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Literasi Keuangan Syariah (X1)	140
Lampiran 2 Data Religiusitas (X2).....	148
Lampiran 3 Data Karakteristik Demografi (X3)	156
Lampiran 4 Data Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Y).....	164
Lampiran 5 Hasil Olah Data Statistik.....	172
Lampiran 6 Tabel-t dan Tabel-r.....	184
Lampiran 7 Tabel f	185
Lampiran 8 Bukti Konsultasi Pembimbing.....	186
Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiarism	189
Lampiran 10 Persentase Plagiarism.....	187
Lampiran 11 Biodata Peneliti	188

ABSTRAK

Nur Istianah. 2025, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Karakteristik Demografi Terhadap Minat Gen Z Dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang”.

Pembimbing : Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

Kata Kunci : Gen Z, Minat, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Karakteristik Demografi, Bank Syariah

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, termasuk di Kota Malang yang dikenal sebagai kota pendidikan dan memiliki proporsi penduduk usia muda yang cukup besar. Meskipun memiliki potensi yang besar, minat Generasi Z dalam memanfaatkan layanan perbankan syariah masih tergolong rendah. Kondisi ini dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah yang belum optimal, perbedaan tingkat religiusitas, serta karakteristik demografis tertentu seperti usia muda dan pendapatan yang belum stabil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 204 responden dari kalangan Generasi Z yang berdomisili di lima kecamatan di Kota Malang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Analisis dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan terhadap minat dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah. Karakteristik demografi juga terbukti memberikan pengaruh yang signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memengaruhi minat Generasi Z dalam memanfaatkan layanan perbankan syariah. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi industri perbankan syariah dalam merancang strategi yang lebih efektif dan relevan untuk menarik perhatian generasi muda.

ABSTRACT

Nur Istianah. 2025, *THESIS*. Title: “The Influence of Islamic Financial Literacy, Religiosity, and Demographic Characteristics on Gen Z’s Interest in Conducting Transactions at Islamic Banks in Malang City.”

Advisor: Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

Keywords: Gen Z, Interest, Islamic Financial Literacy, Religiosity, Demographic Characteristics, Islamic Bank.

Islamic banking in Indonesia has experienced significant development in recent years, including in Malang City, which is known as an educational city with a large proportion of young residents. Despite its great potential, Gen Z’s interest in utilizing Islamic banking services remains relatively low. This condition is influenced by suboptimal levels of Islamic financial literacy, varying degrees of religiosity, and certain demographic characteristics such as young age and unstable income. This study aims to analyze the influence of Islamic financial literacy, religiosity, and demographic characteristics on Gen Z’s interest in using Islamic bank services in Malang City.

This study employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 204 respondents from Gen Z residing in five sub-districts of Malang City. Data were collected through online questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS version 26. The analysis was conducted to examine the partial and simultaneous effects of each variable on interest in using Islamic banking services.

The results showed that Islamic financial literacy and religiosity have a positive and significant influence on Gen Z’s interest in using Islamic banking services. Demographic characteristics also have a significant impact. Simultaneously, these three variables influence Gen Z’s interest in utilizing Islamic banking services. These findings can serve as a reference for the Islamic banking industry in designing more effective and relevant strategies to attract the younger generation.

الملخص

نور إستيعانه. ٢٠٢٥، رسالة جامعية، العنوان: "تأثير الثقافة المالية الإسلامية، والتدين، والخصائص الديموغرافية على اهتمام الجيل زد في إجراء المعاملات في البنوك الإسلامية بمدينة مالانغ".
المشرفة : الدكتورة يايوق سري رهايو، ماجستير في الإدارة
الكلمات المفتاحية : الجيل زد، الاهتمام، الثقافة المالية الإسلامية، التدين، الخصائص الديموغرافية، البنوك الإسلامية

شهدت المصارف الإسلامية في إندونيسيا تطوراً كبيراً في السنوات الأخيرة، بما في ذلك في مدينة مالانغ التي تُعرف بأنها مدينة تعليمية وتضم نسبة كبيرة من السكان الشباب. وعلى الرغم من هذا الإمكان الكبير، فإن اهتمام الجيل زد باستخدام خدمات البنوك الإسلامية لا يزال منخفضاً نسبياً. ويُعزى هذا إلى انخفاض مستوى الثقافة المالية الإسلامية، وتفاوت مستويات التدين، وبعض الخصائص الديموغرافية مثل صغر السن وعدم استقرار الدخل. يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير الثقافة المالية الإسلامية، والتدين، والخصائص الديموغرافية على اهتمام الجيل زد باستخدام خدمات البنوك الإسلامية في مدينة مالانغ.

اعتمد هذا البحث على المنهج الكمي من خلال استخدام أسلوب الاستبيان. وقد بلغ عدد العينة ٢٠٤ من أفراد الجيل زد المقيمين في خمس مناطق فرعية في مدينة مالانغ. تم جمع البيانات عبر استبيان إلكتروني، وتم تحليلها باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد بمساعدة برنامج SPSS الإصدار ٢٦. وقد أُجري التحليل لاختبار تأثير كل متغير بشكل جزئي وجماعي على مستوى الاهتمام بخدمات البنوك الإسلامية.

أظهرت نتائج البحث أن الثقافة المالية الإسلامية والتدين لهما تأثير إيجابي ومعنوي على اهتمام الجيل زد باستخدام خدمات البنوك الإسلامية. كما أن الخصائص الديموغرافية ثبت أن لها تأثيراً معنوياً كذلك. وبشكل جماعي، تؤثر هذه المتغيرات الثلاثة على اهتمام الجيل زد بخدمات البنوك الإسلامية. ويمكن أن تُعد هذه النتائج مرجعاً للمصارف الإسلامية في تصميم استراتيجيات أكثر فعالية وملاءمة لجذب انتباه الجيل الشاب.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia perbankan syariah menunjukkan peningkatan yang cukup tinggi dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kota-kota besar seperti Malang. (Hasan, 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan yang sejalan dengan tumbuhnya perhatian masyarakat terhadap keuangan syariah yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam (Yusuf et al., 2023). Bank syariah menawarkan alternatif bagi individu yang menginginkan transaksi keuangan yang berlandaskan syariah. Kemajuan teknologi keuangan di era globalisasi saat ini menunjukkan bahwa bank syariah mengalami kemajuan yang signifikan sebagai alternatif sistem perbankan syariah, terutama di kalangan generasi muda atau Gen Z. (Fadillah, 2021). Namun, terlepas dari pertumbuhan tersebut, masih terdapat tantangan dalam menarik minat Gen Z untuk bertransaksi di bank syariah, yang antara lain dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan syariah, religiusitas, serta karakteristik demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan (Suparno *et al.*, 2023).

Pemilihan variabel dalam penelitian ini didasarkan pada beberapa faktor penting. Literasi keuangan syariah menjadi faktor utama karena pemahaman tentang prinsip dan produk keuangan syariah berpotensi mendorong ketertarikan dalam mengakses produk dan jasa perbankan syariah (Ilfita & Canggih, 2021). Literasi keuangan syariah di Indonesia berada ditingkat yang

masih kecil, khususnya di kalangan Gen Z (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Religiusitas juga berperan penting dalam pemilihan keputusan individu pada layanan perbankan yang tepat dalam keuangan syariah (Puteh *et al.*, 2021). Gen Z dengan tingkat religiusitas yang tergolong tinggi, tentu cenderung lebih memilih layanan keuangan berbasis syariah dibandingkan konvensional (Rohali *et al.*, 2022). Sementara itu, karakteristik demografi, seperti usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan, juga memengaruhi perilaku finansial seseorang, termasuk dalam memilih bank syariah (Novangelo *et al.*, 2022).

Kota Malang terdiri dari lima kecamatan diantaranya Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing dan Lowokwaru.. Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi besar dalam pengembangan perbankan syariah (Rahmawati & Sri Rahayu, 2024). Kota ini dikenal sebagai kota pendidikan dengan banyaknya institusi pendidikan tinggi yang tersebar di tiap kecamatan dan menarik banyak mahasiswa dari berbagai daerah. Selain itu, keberagaman karakteristik demografi di Kota Malang dapat dilihat dengan populasi mahasiswa yang besar, memiliki banyak latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam sehingga menjadi fokus penelitian. Kehadiran kampus-kampus besar juga berkontribusi dalam meningkatkan literasi keuangan, religiusitas, dan pemahaman tentang faktor demografi yang mempengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Dengan banyaknya mahasiswa yang tergolong dalam Generasi Z, penelitian ini menjadi relevan untuk memahami minat individu dalam menggunakan layanan keuangan syariah yang dapat dipengaruhi oleh faktor literasi keuangan syariah, religiusitas, dan

karakteristik demografi. Selain faktor pendidikan, Kota Malang juga memiliki pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat, yang menjadikannya sebagai kota dengan dinamika ekonomi yang menarik untuk diteliti dalam konteks perbankan syariah.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang tahun 2023, jumlah populasi penduduk di Kota Malang adalah 847.182 jiwa. Populasi penduduk kategori Generasi Z menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kota Malang usia 15-24 tahun mencapai 125.002 jiwa. Sebaran Jumlah populasi disetiap kecamatan adalah; Kecamatan Kedungkandang 209.375 jiwa, Kecamatan Sukun 196.860 jiwa, Kecamatan Klojen 93.990 jiwa, Kecamatan Blimbing 182.851 jiwa, dan Kecamatan Lowokwaru 164.106 jiwa. Setiap kecamatan di Kota Malang memiliki ciri khas demografis yang berbeda-beda, yang berpotensi memengaruhi tingkat literasi keuangan berbasis prinsip Islam, tingkat religiusitas, serta ketertarikan terhadap layanan perbankan yang sesuai syariat. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi berpengaruh terhadap minat Gen Z dalam bertransaksi pada lembaga keuangan yang menerapkan sistem layanan keuangan syariah.

Literasi keuangan syariah merupakan pengetahuan dan pemahaman terkait produk serta mekanisme perbankan syariah (Rohmayanti *et al.*, 2021). Di era digital saat ini, pentingnya literasi keuangan syariah menjadi semakin krusial terutama bagi generasi muda yang merupakan potensi besar bagi pertumbuhan ekonomi syariah di masa depan (Kusumawati *et al.*, 2022).

Dengan peningkatan literasi ini, dapat membuat keputusan finansial individu yang lebih baik dan sesuai dengan prinsip syariah (Mufidah *et al.*, 2022). Keputusan ekonomi seseorang, termasuk dalam memilih produk keuangan syariah sering kali dipengaruhi oleh religiusitas. Keputusan dalam bertransaksi di bank syariah tidak hanya didasarkan pada pertimbangan finansial semata, tetapi juga pada nilai-nilai keagamaan (Rohali *et al.*, 2022).

Dalam konteks perkembangan ekonomi syariah, literasi keuangan syariah menjadi sangat penting, terutama di kalangan generasi muda seperti Gen Z. Generasi ini merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh dalam era digital, di mana akses informasi tentang produk dan layanan keuangan semakin mudah. Namun, meskipun aksesibilitas informasi meningkat, literasi keuangan syariah di kalangan Gen Z masih berada ditingkat rendah, yang dapat menghambat mereka dalam mengambil keputusan finansial yang tepat (Rohmayanti *et al.*, 2021). Oleh karena itu, penting dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan syariah agar dapat meningkatkan minat mereka dalam bertransaksi di bank syariah (Suparno *et al.*, 2023).

Literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam pemahaman dan kepercayaan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah (Kaharuddin *et al.*, 2024). Tingkat pemahaman yang lebih tinggi tentang prinsip dan produk keuangan syariah dapat meningkatkan minat seseorang untuk melakukan transaksi di bank syariah (Mahlil *et al.*, 2024). Namun, penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah di kalangan Generasi Z masih tergolong rendah (Zusryn *et al.*, 2021). Hal ini

mengindikasikan bahwa masih ada kesenjangan informasi yang perlu diatasi agar mereka dapat memanfaatkan layanan bank syariah dengan lebih optimal (Latiff, 2013).

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di era digital, menjadikan mereka generasi dengan karakteristik yang unik dalam mengambil keputusan (Dimitriou & AbouElgheit, 2019). Mereka terbiasa dengan kemudahan teknologi, sehingga lebih terbuka terhadap layanan berbasis digital, termasuk perbankan syariah (Muharromah *et al.*, 2024). Namun, laporan Otoritas Jasa Keuangan (2023) menunjukkan bahwa mayoritas Generasi Z memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang masih rendah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri karena pemahaman yang terbatas dapat menghambat pengambilan keputusan yang tepat terkait produk keuangan syariah. Gen Z di Kota Malang dengan usia 15-17 tahun sejumlah 125.002 (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023). Meneliti Generasi Z memberikan peluang untuk menggali faktor-faktor yang memengaruhi minat mereka, sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi bank syariah untuk menarik perhatian generasi ini.

Perbankan syariah di Kota Malang menunjukkan perkembangan yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Pada September 2019, pembiayaan perbankan syariah di wilayah kerja Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPw BI) Malang tercatat sebesar Rp3,92 triliun, meningkat 9,49% dibandingkan periode sebelumnya (Bank Indonesia, 2019). Hal ini menunjukkan adanya pertumbuhan yang signifikan dalam sektor ini. Selain itu, berdasarkan Survei

Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022, angka literasi keuangan syariah di wilayah kerja Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Malang mencapai 10,36%, lebih tinggi dibandingkan rerata nasional yang mencapai 9,14% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Peran bank syariah juga cukup penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal, terutama dalam mendukung UMKM melalui berbagai program pembiayaan dan pendampingan, seperti yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Sutoyo (Thio *et al.*, 2023). Untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah, OJK Malang berencana memperkuat literasi dan inklusi melalui berbagai program edukasi dan kolaborasi dengan berbagai pihak (Anam, 2022). Meskipun literasi keuangan syariah masih perlu ditingkatkan, perkembangan ini menunjukkan adanya potensi besar bagi perbankan syariah di Kota Malang.

Kota Malang sebagai salah satu kota besar di Jawa Timur, menunjukkan perkembangan pesat dalam sektor perbankan syariah (Adib, 2021). Data Bank Indonesia (2024) mencatat peningkatan transaksi sebesar 15% per tahun, dengan mayoritas nasabah berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Namun, di balik angka tersebut, masih terdapat kendala seperti kurangnya pemahaman terhadap konsep-konsep syariah dan persepsi yang kurang mendukung tentang daya saing bank syariah dibandingkan bank konvensional. Kota Malang, dengan populasi Muslim yang besar dan keberadaan institusi pendidikan Islam, menjadi tempat yang ideal untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mendorong atau menghambat minat Generasi Z dalam memanfaatkan layanan bank syariah (Kamaludin, 2021).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran strategis bagi pengembangan layanan keuangan syariah di kota ini.

Tingkat religiusitas individu memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan untuk bertransaksi pada perbankan berbasis nilai-nilai syariat Islam. Individu yang memiliki religiusitas yang tinggi lebih banyak memilih untuk menggunakan produk dan sistem keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah semakin mendapatkan perhatian di seluruh dunia. Keuangan syariah, yang berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam, melarang adanya praktik seperti riba (bunga) dan transaksi spekulatif, dan sebaliknya mendorong praktik keuangan yang etis dan adil (Barafwala & Mehta, 2023). Dalam hal penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam, hal ini bisa menjadi faktor pendorong kuat bagi penggunaan layanan bank syariah (Yusuf *et al.*, 2023). Karakteristik demografi seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan tingkat pendapatan juga mempengaruhi minat dan keputusan untuk bertransaksi di bank syariah (Nurhayati *et al.*, 2022). Misalnya, pendidikan yang lebih tinggi dari individu dengan pemahaman yang lebih baik tentang keuangan syariah, sedangkan tingkat pendapatan dapat mempengaruhi jenis produk atau layanan bank syariah yang dianggap terjangkau atau sesuai dengan kebutuhannya.

Religiusitas juga memiliki peran dalam menentukan minat Gen Z terhadap bank syariah. Sebagai generasi yang memiliki nilai-nilai agama yang kuat, religiusitas dapat memotivasi individu dalam menentukan produk keuangan yang sejalan dengan nilai-nilai syariah (Nuraini & Cheumar, 2023).

Hasil penelitian menggambarkan bahwa individu yang memiliki religiusitas dengan tingkat yang tinggi cenderung memilih melakukan transaksi pada lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah, karena merasa lebih tenang dan yakin bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan prinsip syariah yang diyakini (Rohali *et al.*, 2022). Oleh karena itu, memahami sejauh mana religiusitas memengaruhi minat bertransaksi pada perbankan berbasis Islam menjadi hal yang penting dalam upaya menarik perhatian generasi muda (Mufidah *et al.*, 2022).

Generasi Z memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi perilaku dan preferensi mereka termasuk dalam hal keuangan. Faktor demografi seperti usia, pendidikan, dan penghasilan dapat mempengaruhi minat dan kepercayaan mereka terhadap bank syariah (Rahmi, 2023). Meneliti aspek ini dapat memberikan wawasan tentang strategi pemasaran dan produk yang lebih efektif bagi bank syariah untuk menarik generasi muda. Memilih Kota Malang sebagai lokasi penelitian memberikan konteks geografis yang spesifik, mengingat masyarakat di sana memiliki tingkat literasi keuangan, religiusitas, dan karakteristik demografi yang berbeda dibandingkan dengan daerah lain (Fitri & Murniati, 2021). Hal ini penting untuk memahami dinamika lokal yang bisa sangat mempengaruhi minat dan perilaku transaksi di bank syariah (Cahya *et al.*, 2018). Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z dalam bertransaksi pada lembaga keuangan berbasis syariah, institusi perbankan Islam dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk menjangkau dan memenuhi kebutuhan segmen pasar

tersebut. Juga penting untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bank syariah di masa depan, terutama dalam menghadapi persaingan dengan bank konvensional (Suparno *et al.*, 2023).

Karakteristik demografi juga berkontribusi tinggi terhadap minat Gen Z dalam melakukan transaksi pada layanan keuangan syariah. Faktor-faktor seperti usia, pendidikan, dan pendapatan dapat mempengaruhi pemahaman dan kepercayaan mereka terhadap produk keuangan syariah (Rahmi, 2023). Misalnya, individu dengan latar belakang pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang produk keuangan syariah sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk bertransaksi di bank tersebut (Novangelo *et al.*, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana karakteristik demografi ini berinteraksi dengan literasi keuangan dan religiusitas dalam membentuk minat Gen Z terhadap bank syariah (Guntur & Kaban, 2021).

Literasi keuangan syariah menjadi kunci pengetahuan terkait prinsip dan produk layanan perbankan syariah, sementara religiusitas dapat memotivasi individu dalam menentukan produk yang selaras dengan keyakinan agamanya (Nuraini & Cheumar, 2023). Karakteristik demografi juga berperan penting dalam menentukan preferensi dan perilaku keuangan (Novangelo *et al.*, 2022). Mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi terhadap minat Gen Z dalam melakukan transaksi di bank syariah menjadi penting untuk mendukung pengembangan dan inovasi layanan perbankan syariah yang lebih inklusif dan

menarik bagi generasi muda (Guntur & Kaban, 2021).

Analisis terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z untuk bertransaksi di bank syariah tidak hanya bermanfaat bagi pengembangan teori dalam bidang keuangan syariah tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi institusi keuangan dalam merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pemahaman tentang pentingnya literasi keuangan syariah dan religiusitas sebagai pendorong utama bagi generasi muda dalam memilih layanan perbankan syariah. Dengan demikian, temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada bank syariah dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif serta mendukung pertumbuhan ekonomi syariah secara keseluruhan di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan bahasan masalah diatas, maka berikut perumusan masalah yang didapatkan:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang?
3. Apakah karakteristik demografi berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang ?

4. Apakah literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi berpengaruh secara simultan terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari permasalahan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang.
2. Untuk menganalisis pengaruh religiusitas terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang.
3. Untuk menganalisis pengaruh karakteristik demografi terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di bank syariah Kota Malang.
4. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi secara simultan terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Akademisi

- Penelitian ini memperkaya literatur akademik mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

- Hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar dalam pengembangan teori dan model perilaku keuangan berbasis syariah.
- Keuntungannya adalah memberikan kontribusi dalam pengembangan studi ekonomi Islam serta memberikan data empiris yang dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

b. Bagi Peneliti

- Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana tingkat literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi dapat membentuk pola pikir dan keputusan finansial Generasi Z.
- Peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang perilaku finansial generasi muda, khususnya dalam konteks ekonomi syariah.
- Keuntungannya adalah penelitian ini dapat menjadi referensi dan acuan bagi penelitian berikutnya serta membuka peluang eksplorasi faktor lain yang berpengaruh terhadap inklusi keuangan syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perbankan Syariah

- Bank syariah dapat mengembangkan program edukasi dan sosialisasi yang lebih efektif guna meningkatkan pemahaman Generasi Z terhadap produk dan layanan perbankan syariah.
- Bank syariah dapat menyesuaikan strategi pemasaran dengan nilai-nilai religius yang lebih relevan bagi Generasi Z, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

- Bank syariah dapat memahami pola perilaku finansial berdasarkan faktor usia, pendidikan, dan pendapatan, sehingga mereka dapat menyesuaikan produk dan layanan sesuai dengan preferensi Generasi Z.
- Keuntungannya adalah meningkatkan jumlah nasabah dari kalangan Generasi Z, memperluas inklusi keuangan syariah, serta memperkuat posisi bank syariah dalam industri perbankan yang kompetitif.

b. Bagi Masyarakat

- Masyarakat, khususnya Generasi Z, dapat lebih memahami pentingnya mengelola keuangan sesuai prinsip syariah sehingga lebih bijak dalam mengambil keputusan finansial.
- Masyarakat dapat memahami hubungan antara nilai-nilai keagamaan dan keputusan finansial, sehingga mereka dapat memilih layanan perbankan yang sesuai dengan prinsip Islam.
- Masyarakat dapat menyadari bagaimana faktor usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan memengaruhi perilaku keuangan mereka.
- Keuntungannya adalah masyarakat dapat lebih sadar akan pentingnya literasi keuangan syariah, lebih mudah mengakses layanan keuangan berbasis syariah, serta memiliki alternatif perbankan yang lebih sesuai dengan nilai dan kebutuhan mereka.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti dalam membandingkan serta menganalisis berbagai studi yang telah dilakukan sebelumnya dalam lingkup literatur yang relevan. Kajian ini menjadi salah satu referensi penting untuk penulis ketika merancang dan melaksanakan penelitian selanjutnya. Penelitian yang dilakukan tidak dapat dipisahkan dari temuan-temuan sebelumnya yang berfungsi sebagai landasan observasi dan analisis. Adapun beberapa studi terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini antara lain:

Menurut hasil penelitian dari Neneng Hasanah, Qoriatul Hasanah, dan Siti Fadilah (2023) berjudul *“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus: Generasi Z Muslim di Jawa Barat)”* bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan generasi Z untuk menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, melibatkan 200 responden dari generasi Z Muslim yang memiliki pengetahuan tentang bank syariah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan generasi Z untuk menjadi nasabah bank syariah, di mana tingkat pemahaman tentang produk dan layanan keuangan syariah sangat penting dalam mempengaruhi

keputusan mereka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah dapat mendorong lebih banyak generasi muda untuk memilih layanan perbankan syariah sebagai alternatif dalam pengelolaan keuangan mereka.

Fauzan Subandono (2023) dalam penelitiannya *"Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Reksadana Syariah Generasi Z"* bertujuan untuk menganalisis pengaruh berbagai variabel terhadap minat investasi reksadana syariah pada generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif kausalitas, melibatkan 215 responden investor Muslim di Jawa Barat. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap, persepsi kontrol perilaku, dan ekspektasi return memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi investasi, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh. Selain itu, religiusitas berfungsi sebagai variabel moderasi yang mempercepat kontrol perilaku terhadap intensi investasi. Penelitian ini turut mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan berbasis syariah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu dalam berinvestasi, sementara religiusitas dan kualitas pelayanan memiliki dampak positif. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor non-material seperti religiusitas lebih dominan dalam memotivasi investor untuk berpartisipasi dalam investasi reksadana syariah.

Penelitian “Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah” oleh Fauzi dan Murniawaty (2020) berupaya untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh literasi

keuangan syariah dan religiusitas terhadap keinginan mahasiswa untuk membuka rekening di bank syariah. Dengan sampel sebanyak 66 responden yang dipilih secara acak dari populasi sebanyak 190 mahasiswa, penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa motivasi mahasiswa untuk menjadi nasabah sangat dipengaruhi oleh tingkat religiusitasnya. Lebih jauh, minat tersebut dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan syariah. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat mahasiswa, menjelaskan 77,7% dari total pengaruh, sementara 22,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Penelitian ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana religiusitas dan literasi keuangan syariah dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif dalam perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Husnul Khotimah, Noorikha Pandayahesti Saputeri, dan Warsiyah (2024) berjudul “*The Effect of Islamic Financial Literacy and Religiosity on the Interest of Saving Generation Z in Islamic Banks*” bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap minat menabung di bank syariah pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner, melibatkan 100 responden dari mahasiswa Fakultas Agama Islam angkatan 2020-2023. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah non-probability sampling. Temuan penelitian menunjukkan bahwa minat menabung di bank Islam dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh

literasi keuangan Islam dan religiusitas. Kecenderungan seseorang untuk memilih bank Islam sebagai tempat menabung meningkat seiring dengan tingkat religiusitas dan pemahaman mereka terhadap keuangan Islam. Menurut temuan penelitian, promosi layanan perbankan Islam di kalangan generasi muda mungkin terutama bergantung pada peningkatan literasi agama dan keuangan di dunia Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh R. A. Luthfiana dan R. C. Sari (2019) berjudul *"The Effect of Religiosity, The Level of Income, and The Level of Islamic Financial Literacy Toward The Interest of Students to Become Customers in Sharia Financial Institutions"* bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh religiusitas, tingkat pendapatan, dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah pada lembaga keuangan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 350 responden mahasiswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa. Religiusitas serta literasi keuangan syariah terbukti memiliki kontribusi yang kuat dalam meningkatkan minat tersebut, sementara tingkat pendapatan juga memiliki peran penting. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan pemahaman mahasiswa terhadap keuangan syariah guna mendorong partisipasi mereka dalam sistem keuangan syariah..

Penelitian oleh Nuradyta dan R. C. Sari (2019) yang berjudul *"Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Islamic Mini Bank Fakultas Ekonomi"*

Universitas Negeri Yogyakarta" bertujuan untuk menganalisis sejauh mana literasi keuangan syariah, religiusitas, dan kualitas layanan memengaruhi minat mahasiswa menjadi nasabah Islamic Mini Bank. Penelitian ini menggunakan pendekatan kausal dengan melibatkan 290 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta sebagai responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis dengan teknik regresi linier sederhana dan berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa. Secara simultan, literasi keuangan syariah, religiusitas, dan kualitas layanan memberikan kontribusi sebesar 18,9% terhadap peningkatan minat menjadi nasabah Islamic Mini Bank. Temuan ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman terhadap keuangan syariah, tingkat religiusitas, serta kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong seseorang untuk memilih layanan perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Iryani, R. M., dan Kristanto, R. S. (2022) dengan judul *"Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Religiusitas, dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah"* bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari empat variabel, yaitu literasi keuangan syariah, tingkat pengetahuan, religiusitas, serta jumlah uang saku terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 350 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang telah mengikuti mata kuliah ekonomi syariah. Data dikumpulkan melalui

penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS). Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, pengetahuan, dan religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa. Sementara itu, variabel uang saku tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Studi ini menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah dan pengetahuan sebagai faktor utama dalam mendorong keterlibatan mahasiswa dalam perbankan syariah.

Khurram Rehman dan Md Aslam Mia (2024) pada penelitiannya berjudul “Determinants of Financial Literacy: A Systematic Review and Future Research Directions” bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan. Studi ini menggunakan metode systematic review dengan menganalisis 53 artikel dari basis data Scopus yang diterbitkan antara tahun 1981 hingga 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan konsep multidimensional yang dipengaruhi oleh tujuh faktor utama, yaitu demografi, sosial-ekonomi, psikologi, finansial, masyarakat, Islam, dan teknologi. Faktor demografi dan sosial-ekonomi ditemukan sebagai determinan yang paling banyak dibahas dalam literatur, sementara aspek teknologi dan keuangan Islam semakin mendapatkan perhatian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan melalui pendidikan, kesadaran teknologi finansial, serta pemahaman tentang prinsip ekonomi Islam dapat membantu individu dalam pengambilan keputusan keuangan yang lebih baik.

Yusuf Kaweesa dan Romzie Rosman (2024) dalam penelitiannya yang berjudul *“The Role of Islamic Financial Literacy Towards Adoption of Islamic Banking Products and Services: A Systematic Literature Review”* bertujuan untuk menelusuri bagaimana literasi keuangan Islam memengaruhi adopsi produk dan layanan di sektor perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan metode *systematic literature review* dengan pendekatan PRISMA untuk menelaah sejumlah studi terdahulu. Dari hasil analisis, ditemukan bahwa beberapa faktor utama yang memengaruhi adopsi perbankan syariah mencakup tingkat kesadaran, niat penggunaan, proses pengambilan keputusan finansial, serta perilaku keuangan individu. Temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan Islam memiliki peran strategis dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai prinsip-prinsip keuangan syariah, yang pada akhirnya mendorong peningkatan penggunaan produk dan layanan perbankan syariah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan Islam dapat menjadi kunci dalam membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih bijak sekaligus memperluas jangkauan inklusi keuangan syariah secara global.

S. Maghfiroh (2018) melakukan penelitian berjudul *“Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat”*. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengkaji bagaimana pengaruh religiusitas, tingkat pendapatan, dan faktor lingkungan sosial terhadap minat santri dalam menabung di lembaga keuangan syariah. Penelitian ini menggunakan

pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 100 responden yang dipilih secara acak. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel religiusitas dan pendapatan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menabung, sementara variabel lingkungan sosial tidak memiliki pengaruh yang berarti. Kesimpulan dari penelitian ini menggarisbawahi bahwa peningkatan aspek religiusitas dan pendapatan berpotensi meningkatkan kecenderungan santri untuk menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Sukma Irdiana, Kusnanto Darmawan, dan Ainun Jariah (2024) dalam jurnal berjudul *"Studying Generation Z's Saving Interest: Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Lifestyle"* bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan Generasi Z dalam menabung di bank syariah. Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan teknik sampling acak sederhana, melibatkan 80 responden dari kalangan Gen Z yang berdomisili di Kabupaten Lumajang. Temuan menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah serta tingkat religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, sementara gaya hidup tidak memberikan kontribusi yang berarti. Melalui analisis regresi linier, diketahui bahwa dua variabel utama—literasi keuangan syariah dan religiusitas—memiliki peran dominan dalam membentuk minat menabung pada generasi ini. Nilai koefisien determinasi sebesar 47,6% menunjukkan bahwa hampir setengah dari variasi dalam minat menabung

dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang dikaji, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar cakupan penelitian ini.

Hasil penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat individu, khususnya Generasi Z, untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Literasi keuangan syariah terbukti meningkatkan pemahaman dan keyakinan individu terhadap produk keuangan syariah, sementara religiusitas memotivasi individu untuk memilih layanan yang sejalan dengan nilai-nilai agama. Selain itu, faktor demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan juga berperan penting dalam menentukan perilaku keuangan dan preferensi mereka terhadap bank syariah. Hasil-hasil ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam meningkatkan literasi keuangan syariah, memperkuat nilai religiusitas, dan memahami karakteristik demografi untuk menarik lebih banyak generasi muda ke dalam ekosistem perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Ali, Rahman, dan Bakar (2015) dalam jurnal *International Journal of Consumer Studies* meneliti pengaruh faktor demografi seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk ramah lingkungan di Bangladesh. Hasilnya menunjukkan bahwa karakteristik demografi memiliki peran penting dalam membentuk preferensi individu terhadap produk berbasis nilai, termasuk layanan keuangan yang sejalan dengan prinsip syariah. Penelitian ini menegaskan bahwa pemahaman terhadap aspek demografis penting untuk

merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

Studi lain oleh Yahia dan Salehi-Sangari (2012) dalam jurnal *Journal of High Technology Management Research* menganalisis adopsi internet banking di Tunisia dengan mempertimbangkan variabel demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor demografis tersebut berpengaruh signifikan terhadap tingkat adopsi layanan perbankan digital. Hal ini menunjukkan bahwa perbedaan karakteristik demografi dapat memengaruhi cara individu merespons layanan keuangan, termasuk layanan perbankan syariah yang semakin banyak menggunakan platform digital untuk menjangkau generasi muda. Kedua penelitian ini menguatkan temuan bahwa karakteristik demografi merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi minat terhadap penggunaan layanan perbankan berbasis syariah.

Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Hasanah. N, Hasanah. Q, Fadilah. S. (2023). “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus: Generasi Z Muslim di Jawa Barat)”	Literasi keuangan syariah, religiusitas, dan faktor sosial terhadap keputusan Gen Z menjadi nasabah bank syariah.	Analisis statistik deskriptif dan regresi linear berganda.	Literasi keuangan syariah, religiusitas, dan faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah
2	Subandono. F. (2023). “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Reksadana Syariah Generasi Z”	Literasi keuangan syariah, religiusitas, dan pendapatan terhadap minat investasi reksadana syariah.	Regresi linear berganda.	Literasi keuangan syariah dan religiusitas berpengaruh signifikan, sedangkan pendapatan tidak berpengaruh signifikan
3	Fauzi. A. & Murniawaty. I. (2020). “Pengaruh Religiusitas dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah”	Religiusitas dan literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.	Regresi linear sederhana.	Kedua variabel berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
4	Khotimah. H, Saputeri. N. P, Warsiyah (2024). “The Effect of Islamic Financial Literacy and Religiosity on the Interest of Saving Generation Z in Islamic Banks”	Pengaruh literasi keuangan syariah dan religiositas terhadap minat menabung generasi Z di bank syariah.	Pendekatan kuantitatif, analisis regresi berganda.	Literasi keuangan syariah dan religiositas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah.
5	Luthfiana. R. A. & Sari. R. C. (2019). “The Effect of Religiosity, The Level of Income, and The Level of Islamic Financial Literacy Toward The Interest of Student to Become Customers in Sharia Financial Institution”	Pengaruh religiositas, tingkat pendapatan, dan pemahaman terhadap literasi keuangan syariah terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah pada lembaga keuangan syariah.	Regresi linear sederhana.	Religiusitas dan literasi keuangan syariah signifikan, sementara pendapatan tidak signifikan.
6	Nuradyta & Sari. R. C. (2019). “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Islamic Mini Bank Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”	Literasi keuangan syariah, religiositas, dan kualitas layanan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.	Regresi linear berganda.	Semua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
7	Iryani, R. M., & Kristanto, R. S. (2022). "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan, Religiusitas, dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah"	Literasi keuangan syariah, religiusitas, pengetahuan, dan uang saku terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.	Regresi linear berganda.	Semua variabel berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.
8	Rehman. K & Mia. M. A. (2024). "Determinants of Financial Literacy: A Systematic Review and Future Research Directions".	Berbagai aspek yang menentukan tingkat literasi keuangan.	Systematic Review	Faktor demografi dan sosial-ekonomi dapat meningkatkan pengambilan keputusan keuangan individu.
9	Kaweesa. Y & Rosman R. (2024). "The Role of Islamic Financial Literacy Towards Adoption of Islamic Banking Products and Services: A Systematic Literature Review".	Menganalisis peran literasi keuangan Islam dalam adopsi produk dan layanan perbankan syariah.	Systematic Literature Review menggunakan protokol PRISMA.	Literasi keuangan Islam berperan dalam meningkatkan kesadaran, niat, pengambilan keputusan, dan perilaku keuangan individu terhadap layanan perbankan syariah..

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
10	Maghfiroh. S. (2018).“Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan, Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihat”.	Pengaruh religiusitas, pendapatan, dan lingkungan sosial terhadap minat menabung di bank syariah.	Regresi linear berganda.	Pengaruh signifikan ditemukan pada religiusitas dan lingkungan sosial, namun tidak pada pendapatan.
11	Irdiana. S., Darmawan. K., Jariah. A. (2024). “Studying Generation Z's Saving Interest: Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Lifestyle”.	Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z untuk menabung di bank syariah, yaitu literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup.	Kuantitatif; Analisis data menggunakan metode regresi linier berganda.	Literasi keuangan syariah dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z di bank syariah. Gaya hidup tidak memiliki pengaruh signifikan.
12	Ali, A., Rahman, M. S., & Bakar, A. (2015). <i>What Makes Consumers Buy Green? Insights from a Study in the Emerging Economy of Bangladesh.</i>	Pengaruh karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, pendidikan) terhadap preferensi konsumen.	Kuantitatif, regresi logistik dan analisis statistik deskriptif.	Karakteristik demografi berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian berbasis nilai, produk dan layanan yang sesuai prinsip tertentu.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode atau Analisis Data	Hasil Penelitian
13	Yahia, I. B., & Salehi-Sangari, E. (2012). <i>Demographic and Psychographic Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia.</i>	Pengaruh karakteristik demografi terhadap adopsi layanan perbankan digital.	Kuantitatif, regresi linier dan logistik.	Usia, pendidikan, dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan perbankan, menunjukkan relevansi variabel demografi dalam pengambilan keputusan finansial.

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Literasi Keuangan Syariah

2.2.1.1 Definisi Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah dapat didefinisikan sebagai pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan yang dimiliki individu mengenai produk dan layanan keuangan syariah, yang memungkinkan mereka membuat keputusan keuangan yang informasi dan efektif. Menurut Amin (2018), literasi keuangan syariah tidak hanya mencakup aspek konvensional seperti pengelolaan uang, investasi, dan perencanaan keuangan, tetapi juga pemahaman tentang prinsip dan hukum Syariah yang mengatur

transaksi ekonomi dalam Islam. Menurut Lusardi dan Mitchell (2011), literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami konsep dan risiko keuangan serta membuat keputusan berdasarkan informasi yang sesuai untuk meningkatkan kesejahteraan finansial mereka. Dalam konteks keuangan syariah, pemahaman ini sangat penting karena berkaitan dengan prinsip-prinsip syariah yang harus dipatuhi dalam transaksi keuangan\

Menurut Rehman dan Mia (2024), literasi keuangan syariah tidak hanya menyangkut pengetahuan umum mengenai produk keuangan, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap prinsip-prinsip Islam yang mendasari sistem keuangan syariah. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk melakukan transaksi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Kaweesa dan Rosman (2024) dalam tinjauan literturnya juga menyatakan bahwa pemahaman terhadap konsep keuangan Islam seperti riba, gharar, dan keadilan dalam transaksi dapat meningkatkan adopsi terhadap layanan bank syariah di kalangan Generasi Z. Yusuf *et al.* (2023) menambahkan bahwa pemahaman terhadap akad syariah seperti mudharabah dan musyarakah menjadi faktor penting yang meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan dalam rancangan Peraturan OJK, (2016) literasi keuangan merupakan tingkat pengetahuan pada

setiap individu maupun masyarakat mengenai cara mengelola keuangannya secara efektif dengan menyesuaikan pada kebutuhan dan kondisi perekonomian yang dialami. Literasi keuangan biasanya diukur menggunakan indeks literasi keuangan dalam menentukan tingkat pengetahuan, kecekatan dan kepercayaan masyarakat pada produk maupun jasa dari lembaga keuangan.

Pada Otoritas Jasa Keuangan dalam Herdhiana, (2020) membagi tingkat literasi keuangan menjadi empat, sebagai berikut:

1. *Well Literate*. Tingkat dimana seseorang memiliki pengetahuan dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan beserta produk dan layanan keuangannya dan pada fitur, manfaat juga risikonya serta pada hak dan kewajiban mengenai produk dan layanan keuangan, serta pula memiliki keahlian dalam menggunakan produk dan layanan keuangan.
2. *Suff Literate*. Tingkat dimana seseorang mempunyai pengetahuan serta kepercayaan mengenai lembaga keuangan beserta produk dan layanan keuangannya dan pada fitur, manfaat, juga risikonya, serta pada hak dan kewajiban mengenai produk dan layanan keuangan.
3. *Less Literate*. Tingkat dimana seseorang hanya mempunyai pengetahuan mengenai Lembaga keuangan juga pada produk dan layanan keuangan.

4. *Not Literate*. Tingkat dimana seseorang tidak mempunyai pengetahuan serta kepercayaan terhadap Lembaga keuangan juga pada produk dan layanan keuangan, serta tidak mempunyai keahlian dalam menggunakan produk dan layanan keuangan.

Literasi keuangan syariah berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuannya mengenai keuangan dan kemampuan dalam mengelola sumber keuangan supaya sesuai dengan syariah Islam (Abdul Rahim *et al.* 2016). Literasi ekonomi syariah dapat ditumbuhkan melalui penguatan nilai-nilai etika Islam dalam praktik bisnis (Djakfar, 2022).

Dapat dipahami bahwa literasi keuangan syariah merupakan keahlian atau kesanggupan individu dalam memahami dan menerapkan keuangan yang dibutuhkan dalam kehidupan dan berdasarkan pada nilai-nilai agama Islam, sehingga dapat mengelola keuangan yang mensejahterakan kehidupan lahir dan batin. Berdasarkan definisi tersebut, literasi keuangan syariah dapat diartikan sebagai pemahaman dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip serta hukum syariah, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi masyarakat.

2.2.1.2 Indikator Literasi Syariah

Literasi keuangan syariah dapat berjalan dengan baik ketika diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pengimplementasian dari

literasi keuangan syariah yaitu dengan menggunakan produk dan jasa dari lembaga keuangan syariah. Indikator menurut Lusardi & Mitchell, (2011) yang masuk dalam literasi keuangan syariah :

1. Pengetahuan dasar keuangan syariah

Pengetahuan dasar mengenai keuangan syariah merupakan suatu aspek yang umum dan harus dimiliki dalam konsep literasi keuangan supaya dapat mengelola keuangan. Untuk meningkatkan kesejahteraan finansial pada setiap individu harus memiliki pengetahuan dasar mengenai keuangan. Pengetahuan keuangan meliputi pengetahuan keuangan pribadi dengan memahami cara mengatur pendapatan dan pengeluaran, juga dapat memahami konsep dasar dari keuangan. Pada ekonomi Islam, semua kegiatan yang tidak berdasar pada prinsip ekonomi Islam dinyatakan hanya mendatangkan keuntungan sesaat dan dapat menimbulkan banyak kerugian. Sudah semestinya bagi seorang muslim memiliki pengetahuan yang baik dalam hal keuangan syariah, mengetahui apa saja diperbolehkan dan apa saja yang dilarang dalam kegiatan ekonomi Islam.

2. Kemampuan

Literasi yang tinggi mencerminkan kemampuan individu dalam membuat keputusan keuangan yang

tepat. Pengambilan keputusan merupakan salah satu aspek penting yang menjadi inti dalam konteks literasi keuangan.

3. Sikap

Dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi, sikap mencerminkan kemampuan individu dalam memahami asal-usul dana tunai, memenuhi kewajiban keuangan, memiliki wawasan tentang pembukaan rekening di lembaga keuangan syariah, proses pengajuan pembiayaan, serta merancang perencanaan keuangan untuk kebutuhan masa depan.

4. Kepercayaan

Indikator kepercayaan ini mencerminkan kemampuan individu dalam membangun rasa percaya diri saat merencanakan kebutuhan jangka panjang.

2.2.1.3 Manfaat Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah berperan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana individu memahami prinsip-prinsip keuangan Islam yang diterapkan dalam lembaga serta produk jasa keuangan syariah. Tingkat literasi yang baik diharapkan mampu mendukung generasi muda dalam membuat keputusan finansial yang tepat, sehingga perencanaan dan pencapaian tujuan keuangan dapat terwujud secara optimal.

Pada hakikatnya, Generasi Z (Gen Z) dengan lembaga keuangan syariah memiliki hubungan saling menguntungkan. Literasi keuangan syariah yang tinggi pada Gen Z cenderung meningkatkan kecenderungan dalam memanfaatkan produk serta layanan perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah lainnya. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai prinsip-prinsip syariah, Gen Z dapat mengambil keputusan finansial yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas dan partisipasi mereka dalam ekosistem keuangan syariah. Hal ini juga membuka peluang bagi lembaga keuangan syariah untuk mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif, sehingga mampu menarik lebih banyak pengguna dari kalangan generasi muda.

Prinsip-prinsip dalam ekonomi syariah dan pemahaman terhadap literasi keuangan syariah membawa sejumlah manfaat penting, di antaranya. Pemahaman literasi keuangan syariah dalam diri individu dapat membantu dalam proses pengambilan keputusan keuangan yang sejalan dengan nilai dan prinsip syariah.\

Ketika masyarakat semakin banyak melakukan aktivitas menabung dan berinvestasi dengan berlandaskan prinsip syariah, maka stabilitas ekonomi diharapkan akan terjaga. Hal ini dikarenakan sistem keuangan syariah secara tegas melarang praktik-praktik seperti riba, tadlis (penipuan), dan maisir (spekulasi

berlebihan) (Lestari, 2017).

Sesuai dengan penjelasan teori di atas literasi keuangan syariah merupakan sebuah pengetahuan dan kemampuan tentang pengelolaan keuangan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan (falah) yang sesuai dengan prinsip syariah. Landasan hukum dengan meniadakan unsur riba, gharar, dan maisir sesuai pada prinsip AlQur'an. Pada Al-Qur'an surat Al-Mujadalah ayat 11 Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ
وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانْشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, “Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis,” maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, “Berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan”.

Dari ayat di atas dalam tafsir Syaikh Muhammad bin Shalih Asy-Syawi memberikan keutamaan sebuah ilmu. Hasil dari sebuah ilmu menciptakan adab yang baik untuk melaksanakan ilmu-ilmu tersebut. Meningkatkan literasi keuangan syariah dapat menciptakan sikap yang baik pada pengelolaan keuangan. Landasan keuangan syariah menjadi rujukan dalam setiap transaksi mulai dari proses mendapatkan hingga mengelola uang (Rahim *et al.*, 2016).

2.2.2 Religiusitas

2.2.2.1 Pengertian Religiusitas

Suhardiyanto. (2001) mendefinisikan religiusitas sebagai bentuk hubungan pribadi dengan tuhan yang maha kuasa, maha pengasih, dan maha penyayang dengan konsekuensi yang memunculkan hasrat untuk taat kepada pribadi Ilahi (tuhan) yaitu dengan menjalankan apa yang diperintahkan dan menjauhi apa yang telah dilarang. Religiusitas merupakan sesuatu yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Dalam mendukung pertanyaan tersebut religiusitas dianggap sebagai tingkat pemahaman, keyakinan, pelaksanaan ibadah, akidan, dan penghayatan atas agama melalui amal perbuatan (Nashori, & Mucharam. 2002).

Menurut Glock dan Stark (1965), religiusitas terdiri dari lima dimensi: keyakinan, praktik ibadah, pengalaman, pengetahuan, dan pengamalan. Dimensi-dimensi ini membentuk dasar perilaku religius individu yang dapat tercermin dalam preferensi terhadap produk keuangan syariah. Pemahaman ini penting dalam menjelaskan bagaimana religiusitas memengaruhi pilihan masyarakat dalam menggunakan layanan bank syariah. Penelitian oleh Mufidah et al. (2022) menunjukkan bahwa religiusitas merupakan salah satu variabel psikologis penting yang

secara langsung memengaruhi perilaku keuangan. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih produk keuangan yang sesuai dengan syariat Islam. Nuraini dan Cheumar (2023) juga menegaskan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam memilih bank syariah, khususnya di wilayah perkotaan yang memiliki banyak institusi pendidikan Islam seperti di Kota Malang.

Religiusitas merupakan bentuk penting dalam kehidupan individu yang beragama, mencakup keyakinan, perilaku, dan pengalaman yang berkaitan dengan kepercayaan spiritual atau agama seseorang. Religiusitas dapat memengaruhi keputusan individu dalam memilih produk atau layanan berdasarkan nilai-nilai moral dan prinsip keislaman (Firmansyah *et al.*, 2019). Menurut Glock dan Stark (1965), religiusitas meliputi lima dimensi: keyakinan intelektual, pengalaman religius, praktik ibadah, konsekuensi praktis, dan pengetahuan. Religiusitas memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi keputusan ekonomi dan keuangan, terutama di kalangan masyarakat yang memegang teguh prinsip agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam kegiatan perbankan. Dijelaskan pula menurut Jalaludin. (2003) bahwa kata religi berasal dari

bahasa latin yaitu religio yang akar katanya religire dan memiliki arti mengikat. Religi atau agama pada umumnya memiliki berbagai aturan dan kewajiban yang harus dilaksanakan dan memiliki fungsi untuk mengikatkan hubungan seseorang maupun sekelompok orang dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya.

2.2.2.2 Fungsi Religiusitas

Pada umumnya agama memiliki fungsi sebagai penuntun penganutnya dalam mencapai ketenangan hidup juga kebahagiaan di dunia maupun di akhirat nanti. Hendropuspito, (1983) menyatakan terdapat lima fungsi dari religiusitas, diantaranya

1. Fungsi Edukatif

Fungsi edukatif meliputi tugas membimbing dan mengajar. Keberhasilan Pendidikan dilihat dari pendayagunaan nilai-nilai rohani yang merupakan pokok-pokok kepercayaan agama.

2. Fungsi Penyelamat

Pada fungsi ini agama memberikan keselamatan kepada penganutnya yang mencakup pada dua alam, yaitu alam dunia dan alam akhirat.

3. Fungsi Pengawasan Sosial

Agama ikut bertanggung jawab terhadap

norma-norma sosial, sehingga agama dapat menyeleksi kaidah-kaidah sosial yang ada, dengan menerima yang baik dan menolak yang buruk supaya dapat ditinggalkan dan dianggap sebagai larangan. Agama akan melakukan pengawasan yang ketat atas pelaksanaannya dan akan menjatuhkan sanksi kepada orang yang telah melanggar apa yang dilarang dalam agama.

4. Fungsi Memupuk Persaudaraan

Kesamaan keyakinan dapat menjadi landasan kokoh dalam mempererat tali persaudaraan. Dalam relasi tersebut, keterlibatan individu tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga mencakup aspek emosional dan spiritual, yang didasari oleh kepercayaan yang lahir dari nilai-nilai yang dianut bersama.

5. Fungsi Transformatif

Fungsi transformatif menunjukkan bahwa agama memiliki peran dalam membawa perubahan sosial, yaitu mengarahkan masyarakat dari pola kehidupan lama menuju pola kehidupan yang lebih baru dan relevan. Perubahan ini tercermin dari pergeseran nilai-nilai lama yang digantikan dengan nilai-nilai baru yang lebih sesuai dengan

perkembangan zaman.

2.2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless & Husein, (2000) menjelaskan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi religiusitas, diantaranya :

1. Pagaruh Pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Pada faktor ini mencakup seluruh pengaruh sosial pada perkembangan sikap keagamaan, diantaranya pendidikan orang tua, tradisi sosial untuk menyesuaikan dengan berbagai pendapat mengenai sikap yang telah disepakati oleh lingkungan tersebut.

2. Faktor Pengalaman

Pada faktor ini berkaitan dengan pengalaman yang dialami oleh individu ketika membentuk sikap keagamaan, diantaranya pengalaman mengenai faktor alamiah, keindahan, keselarasan dan kebaikan di dunia lain. Faktor moral, adanya konflik moral. Faktor efektif, pengalaman emosional keagamaan.

3. Faktor-faktor yang Sebagian timbul dari kebutuhan-kebutuhan yang tidak terpenuhi, terutama kebutuhan terhadap keamanan, cita kasih, harga diri, dan juga ancaman kematian.

4. Faktor Intelektual : pada faktor ini mencakup berbagai

hal yang berkaitan dengan proses pemikiran verbal seperti pada pembentukan keyakinan-keyakinan agama.

Sedangkan menurut Jalaludin, (2010), terdapat dua faktor yang mempengaruhi religiusitas, yaitu : 1) Faktor internal, pada faktor internal mencakup keturunan, usia, kepribadian, dan kondisi kejiwaan. 2) Faktor eksternal, pada faktor eksternal mencakup lingkungan keluarga, sekolah, dan di lingkungan masyarakat.

Religiusitas menurut Islam merupakan menjalankan ajaran agama Islam secara menyeluruh. Religiusitas juga berperan penting, di mana individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih bank syariah karena dianggap sesuai dengan nilai-nilai yang dianut. Dalam praktiknya, individu dengan preferensi religius dan pertimbangan ekonomis yang seimbang lebih condong memilih lembaga keuangan syariah yang sesuai nilai dan efisiensi (Rizal, 2024).

Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 208:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia

musuh yang nyata bagimu.”

Menurut tafsir yang dijelaskan oleh Kementerian Agama Republik Indonesia, ayat tersebut ditujukan kepada orang-orang beriman agar mereka memeluk Islam secara utuh dan menyeluruh. Istilah *as-silm* atau *as-salm* dalam konteks ini dimaknai sebagai Islam. Umat Islam diperintahkan untuk menjalankan ajaran agama secara total, bukan setengah-setengah, serta dilarang mengikuti langkah-langkah setan yang menyesatkan dan dapat menimbulkan perpecahan. Setan disebut sebagai musuh yang nyata bagi manusia. Ayat ini diturunkan terkait dengan seorang Yahudi bernama Abdullah bin Salam yang telah memeluk Islam, namun masih mempertahankan sebagian praktik ajaran Yahudi, seperti memuliakan Hari Sabat dan menghindari konsumsi daging serta susu unta.

Berdasarkan kutipan dari ayat tersebut mengandung arti bahwa sebagai orang beriman dianjurkan untuk memasuki Islam secara keseluruhan dan sebagai orang yang beriman kita diperintahkan untuk tidak mengikuti Langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan adalah musuh bagi orang yang beriman.

Agama Islam sebagai agama dengan segala kesempurnaannya juga merupakan agama yang paling

sesuai dengan fitrah manusia. Sebagai mana dijelaskan pada QS. Ar-Rum ayat 30 :

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ
لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

“Maka, hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam sesuai) fitrah (dari) Allah yang telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah (tersebut). Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui.”

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Allah telah memfitrahkan manusia di atas agama Islam. Oleh karena itu manusia diperintahkan untuk berpegang teguh kepada fitrah Allah yakni dalam bentuk iman kepadaNya. Ayat ini juga menjelaskan bahwa agama Islam adalah jalan yang lurus yang menyampaikan manusia kepada ridhoNya.

Manusia diciptakan oleh Allah mempunyai naluri ketauhidan. Esensi islam dalam ketauhidan yaitu Tindakan yang menegaskan Allah Yang Maha Esa penguasa mutlak dan atas segala sesuatu. Searah dengan pemikiran islam menilai bahwa kepercayaan agama merupakan jantungnya dari dimensi keyakinan (Ancok, 2000).

2.2.2.4 Dimensi Religiusitas

Terdapat lima imensi religiusitas dalam agama islam menurut Glock & Stark, (1968) yaitu :

1. *Religious belief*

Tingkat dimana seseorang menerima hal-hal yang dogmatis di dalam agamanya. Misalnya kepercayaan mengenai adanya Allah, malaikat, Rasul atau Nabi, kitab Allah, surga, neraka, qadha dan qadar..

2. *Religious Practise*

Tingkat sejauh mana seseorang berkomitmen dalam melaksanakan keajiban-kewajiban ibadah dalam agamanya.

3. *Religious Feeling*

Dimensi ini terdiri dari perasaan dan pengalaman keagamaan yang pernah dirasakan dan dialami. Misalnya seperti seseorang yang merasa dekat dengan tuhan, merasa doanya dikabulkan, dan seseorang yang takut akan berbuat dosa.

4. *Religious Effect*

Dimensi yang mengukur tingkat perilaku seseorang yang termotivasi oleh ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Misalnya menjenguk tetangga yang sakit.

5. *Religious Knowledge*

Tingkat pengetahuan seseorang mengenai ajaran agamanya, misalnya tentang sifat-sifat tuhan.

2.2.3 Karakteristik Demografi

2.2.3.1 Pengertian Karakteristik Demografi

Karakteristik demografi adalah ciri yang dimiliki individu yang meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan status pekerjaan. Faktor-faktor ini digunakan untuk memahami perilaku dan preferensi individu dalam memilih produk dan layanan, termasuk dalam konteks perbankan syariah. Menurut Kamaluddin *et al.*, (2015), karakteristik demografi berpengaruh pada tingkat literasi keuangan, kemampuan mengakses produk keuangan, dan preferensi dalam pengambilan keputusan finansial. Engel, Blackwell, dan Miniard (1995) dalam teorinya mengenai perilaku konsumen menjelaskan bahwa faktor-faktor demografis seperti usia, pendidikan, dan pendapatan memengaruhi keputusan pembelian atau penggunaan jasa. Dalam konteks perbankan syariah, karakteristik demografi menjadi salah satu pertimbangan penting dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai dengan target nasabah.

Rehman dan Mia (2024) menyatakan bahwa faktor demografi seperti usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan merupakan determinan utama dalam perilaku keuangan generasi muda. Gen Z yang memiliki akses digital dan pengetahuan finansial dasar lebih cenderung mempertimbangkan layanan bank syariah. Rahmi (2023) juga menyebutkan bahwa karakteristik demografis Gen Z, seperti

ketidakstabilan pendapatan dan ketergantungan finansial, menjadi faktor yang memengaruhi preferensi mereka terhadap produk keuangan berbasis syariah. Zusryn *et al.* (2021) menambahkan bahwa hambatan ekonomi dan kurangnya literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa menjadi tantangan utama yang perlu diatasi oleh lembaga keuangan Islam. Penerapan teknologi mutakhir seperti blockchain dalam layanan keuangan syariah dapat menarik perhatian mereka karena dianggap inovatif dan efisien (Supriadi *et al.*, 2024).

2.2.3.2 Indikator Karakteristik Demografi

Indikator karakteristik demografi dapat meliputi:

1. Usia: Rentang usia dapat menentukan kebutuhan dan preferensi finansial. Generasi Z, misalnya, lebih tertarik pada layanan digital yang modern dan cepat.
2. Jenis Kelamin: Perbedaan gender memengaruhi pengambilan keputusan keuangan, dengan pria lebih cenderung mengambil risiko dibandingkan wanita.
3. Pendidikan: Tingkat pendidikan memengaruhi tingkat pemahaman terhadap layanan keuangan, termasuk bank syariah. Pendidikan yang lebih tinggi sering kali dihubungkan dengan literasi keuangan yang lebih baik.
4. Pendapatan: Tingkat pendapatan menentukan aksesibilitas terhadap produk keuangan tertentu, seperti tabungan, investasi, atau pembiayaan syariah.

5. Pekerjaan: Jenis pekerjaan memengaruhi stabilitas finansial dan pilihan produk keuangan.

2.2.3.3 Manfaat Karakteristik Demografi

Pemahaman terhadap karakteristik demografi memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Pengembangan Produk

Bank syariah dapat menyesuaikan produknya sesuai kebutuhan masing-masing kelompok demografi, seperti produk investasi berbasis syariah untuk kelompok berpendapatan tinggi atau tabungan mikro untuk masyarakat berpenghasilan rendah.

2. Segmentasi Pasar

Analisis demografi memungkinkan bank untuk menargetkan kelompok tertentu dengan lebih efektif, seperti Gen Z yang membutuhkan layanan berbasis digital.

3. Strategi Pemasaran yang Efektif

Promosi yang dirancang berdasarkan demografi lebih mungkin menarik perhatian, seperti kampanye media sosial untuk generasi muda.

Dalam Islam, perbedaan demografi dipandang sebagai hal yang memperkuat kehidupan masyarakat. Sebagaimana tertuang dalam Surah Al-Hujurat ayat 13, Allah berfirman

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاهُ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاهُ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا

“Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu

dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa perbedaan karakteristik manusia, termasuk usia, jenis kelamin, dan status sosial, adalah bentuk keragaman yang harus dimanfaatkan untuk saling mendukung, termasuk dalam transaksi ekonomi berbasis syariah.

2.2.3.4 Dimensi Karakteristik Demografi

1. Usia

Usia berpengaruh pada siklus hidup keuangan seseorang. Gen Z, misalnya, cenderung memprioritaskan tabungan jangka pendek dan layanan digital.

2. Pendidikan

Pendidikan memberikan pemahaman lebih mendalam terhadap produk keuangan syariah, sehingga mendorong perilaku keuangan yang sesuai prinsip syariah.

3. Pendapatan

Tingkat pendapatan menentukan kemampuan akses terhadap produk keuangan syariah tertentu. Kelompok dengan pendapatan lebih tinggi memiliki daya beli yang lebih besar terhadap layanan premium.

2.2.4 Minat

Menurut Slameto, (2003), minat diartikan dengan rasa lebih suka atau rasa ketertarikan seseorang pada suatu hal maupun aktifitas,

tanpa ada dorongan dari orang lain. Pada dasarnya minat adalah menerima suatu hubungan antara diri sendiri dengan apa yang diluar diri, semakin kuat hubungan tersebut, maka semakin besar juga minat tersebut.

Woodworth, (2001) menyatakan minat adalah suatu motif yang menyebabkan individu berhubungan secara aktif dengan obyek yang menurutnya menarik. Minat dapat dikatakan dengan suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki, dan mengerjakan suatu aktivitas yang menurutnya menarik. Jika individu berminat pada suatu hal, maka disebabkan karena hal tersebut berguna dalam memenuhi kebutuhannya. Sedangkan mengatakan bahwa minat bukanlah bawaan dari lahir, tetapi minat dapat diperoleh dikemudian hari. Minat terhadap suatu hal merupakan hasil belajar dan mendorong belajar selanjutnya. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa minat dapat ditumbuh dan dikembangkan.

Minat merupakan kondisi psikologis seseorang sebelum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan indikator untuk memperkirakan perilaku tersebut. Minat membeli sendiri mencerminkan kecenderungan atau rencana konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, termasuk kuantitas yang diinginkan. Dengan kata lain, minat membeli adalah bentuk pernyataan psikologis yang menunjukkan niat konsumen terhadap

pembelian produk tertentu dengan merek yang telah dipertimbangkan.

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal dengan kecenderungan mereka yang tinggi terhadap nilai-nilai etis dan keberlanjutan dalam keputusan pembelian atau konsumsi. Dalam konteks perbankan syariah, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti literasi keuangan syariah, religiusitas, dan juga pengaruh sosial dan media berpengaruh terhadap minat Gen Z. Menurut Hasibuan dan Muda (2020), pemahaman yang baik tentang produk dan layanan syariah, bersama dengan nilai-nilai agama yang kuat, dapat meningkatkan minat Generasi Z untuk bertransaksi dengan bank syariah. Salah satu pendekatan yang efektif adalah penerapan model CARTER dalam layanan digital, yang mampu meningkatkan loyalitas dan minat nasabah melalui integrasi aspek finansial dan teknologi (Muhammad & Sari, 2024).

2.2.4.1 Indikator Minat

Kotler & Keller, (2016) menyatakan tahapan dari minat pembelian konsumen dapat diketahui melalui model AIDA, diantaranya:

1. Perhatian (*Attention*)

Pada tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan calon konsumen.

Pada tahap ini calon konsumen mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

2. Ketertarikan (*Interest*)

Pada tahap ini calon konsumen mulai ada ketertarikan dalam membeli produk atau jasa yang ditawarkan setelah mendapatkan informasi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

3. Hasrat (*Desire*)

Calon konsumen mulai memikirkan dan berdiskusi mengenai produk atau jasa yang disediakan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai tumbuh. Pada tahap ini ditandai dengan munculnya minat yang kuat dari calon konsumen dalam membeli dan mencoba produk atau jasa yang ditawarkan.

4. Tindakan (*Action*)

Pada tahap ini calon konsumen telah memiliki kemantapan yang tinggi dalam membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

2.2.4.2 Dimensi Minat

Ferdinand, (2006) memaparkan terdapat empat dimensi dari minat, diantaranya:

- a. Minat Transaksional, merupakan kecenderungan seseorang dalam membeli produk.
- b. Minat Refensial, merupakan kecenderungan seseorang dalam merefrensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat Preferensial, merupakan perilaku seseorang yang mempunyai preferensi utama pada sebuah produk. Preferensi ini

hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu pada produk preferensinya.

- d. Minat Eksploratif, pada minat ini menggambarkan perilaku dari seseorang yang sering mencari informasi mengenai produk yang diminati guna untuk mendukung sifat-sifat positif dari sebuah produk.

Dalam perspektif Islam, minat seseorang untuk menggunakan layanan perbankan syariah juga dapat dikaitkan dengan tingkat kepatuhan mereka terhadap ajaran Islam. Dimensi-dimensi ini dapat diperkuat oleh keyakinan bahwa memilih perbankan syariah adalah bentuk kepatuhan terhadap perintah Allah SWT. Minat dalam Islam bukan sekadar ketertarikan, tetapi juga berkaitan dengan niat baik yang berorientasi pada keberkahan dan kebaikan.

Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Minat terhadap perbankan syariah dapat dikategorikan sebagai preferensi yang muncul karena kesadaran akan pentingnya menjalankan aktivitas keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai

Islam.

2.2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat

Muhibin, (2005) menyatakan terdapat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat, diantaranya:

a. Faktor Internal

Faktor internal merupakan sesuatu yang membuat seseorang berminat dan datangnya dari dalam diri. Salah satu faktor internal saat ini adalah keterpaparan pada digital experience, yang terbukti mendorong loyalitas dan ketertarikan konsumen milenial terhadap layanan keuangan syariah (Abdillah *et al.*, 2024). Faktor internal dapat terdiri dari pemusatan perhatian, keingintahuan, motivasi, dan kebutuhan.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan sesuatu yang membuat seseorang berminat dan datangnya dari luar diri. Faktor eksternal dapat terdiri dari keluarga, rekan, tersedia sarana dan prasarana serta fasilitas dan keadaan.

Dalam Crow & Crow pada Yuwono & Partini, (2008), menyatakan terdapat tiga aspek minat pada diri seseorang, yaitu : 1) Dorongan dari dalam guna memenuhi kebutuhan diri sebagai penggerak dalam melakukan sesuatu. 2) Kebutuhan yang memiliki hubungan dengan lingkungan sosialnya yang dapat menentukan posisi seseorang dalam lingkungan. 3)

Perasaan individu terhadap suatu pekerjaan yang dilakukannya.

Dari perspektif Islam, faktor internal dapat mencakup kesadaran seseorang akan pentingnya menjalankan transaksi sesuai dengan prinsip syariah. Faktor eksternal dapat berupa lingkungan yang mendukung kesadaran ini, seperti keluarga yang aktif dalam ekonomi Islam atau lembaga pendidikan yang memberikan edukasi terkait keuangan syariah.

Dalam Surah Al-Maidah ayat 2, Allah SWT berfirman:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

"Tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan."

Ayat ini menegaskan bahwa memilih bank syariah bukan hanya keputusan finansial, tetapi juga bentuk dukungan terhadap sistem ekonomi yang berbasis keadilan dan keberkahan. Dengan meningkatnya literasi keuangan syariah dan kesadaran religiusitas, minat Generasi Z dalam bertransaksi di bank syariah dapat meningkat secara signifikan.

Dengan demikian, minat Generasi Z terhadap perbankan syariah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh pemahaman dan keyakinan terhadap ajaran Islam. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk meningkatkan literasi keuangan syariah serta mengedukasi masyarakat mengenai keunggulan perbankan syariah dari perspektif Islam.

Berikut faktor-faktor yang dapat menimbulkan minat dalam diri seseorang:

a. Faktor Kebutuhan dari Dalam

Munculnya minat pada diri seseorang dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan. Namun tidak hanya aspek personal, kepercayaan publik terhadap bank syariah juga ditentukan oleh penerapan tata kelola syariah yang transparan dan konsisten (Faizi & Shuib, 2024).

b. Faktor Motif Sosial

Munculnya minat pada diri seseorang dapat didorong oleh kebutuhan yang mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan yang ditempatinya.

c. Faktor Emosional

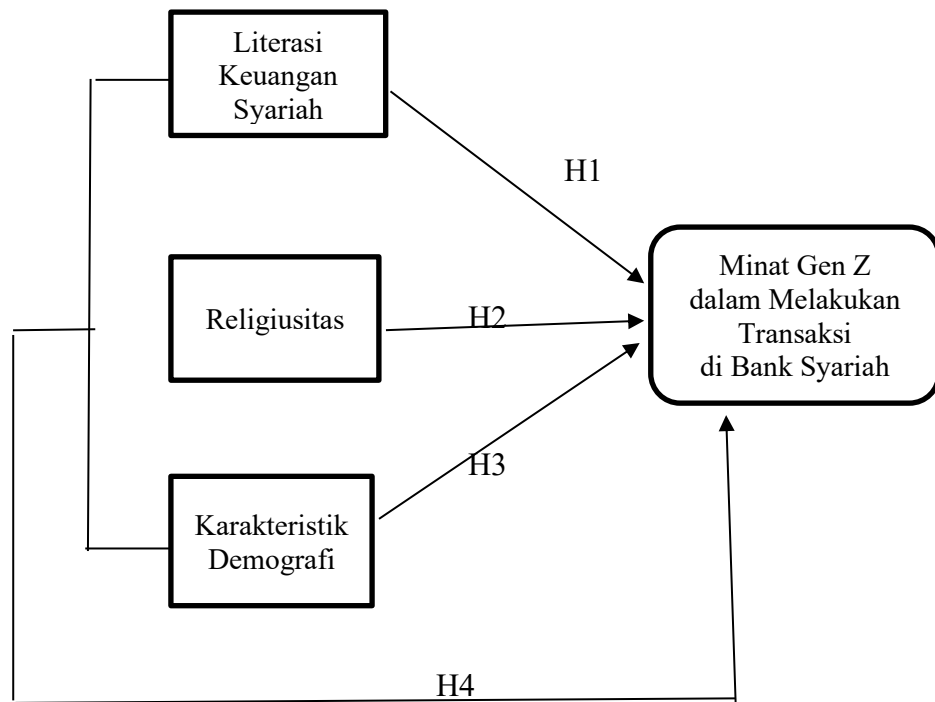
Faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang ketika menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau pada objek tertentu.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan representasi visual yang menggambarkan hubungan antar variabel serta arah penelitian yang akan dilakukan. Kemudian pada gambar tersebut telah menjelaskan alur pemikiran peneliti yang terhubung antara konsep yang satu dengan konsep

yang lain. Kerangka konseptual memiliki tujuan untuk memberikan gambaran terkait variabel-variabel yang akan diteliti oleh peneliti.

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual



Sumber : Diolah oleh Peneliti

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang

Literasi keuangan syariah mengacu pada pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip keuangan berbasis syariah serta kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi sesuai dengan nilai-nilai tersebut. Tingkat literasi yang baik memungkinkan seseorang untuk mengambil keputusan finansial yang cerdas dan sejalan dengan keyakinan agamanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Arifin (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah secara signifikan memengaruhi keputusan individu dalam memanfaatkan produk-produk keuangan syariah. Temuan serupa disampaikan oleh Setiawan dan Wibowo (2019), yang mengungkapkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh signifikan antara Literasi Keuangan Syariah terhadap minat Gen Z di Kota Malang dalam melakukan transaksi di bank syariah.

2.4.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang

Religiusitas dapat diartikan sebagai tingkat keterlibatan seseorang dalam menjalankan ajaran agama dalam aktivitas sehari-hari. Di negara dengan mayoritas Muslim seperti Indonesia, aspek ini sering menjadi faktor yang memengaruhi berbagai keputusan, termasuk dalam hal keuangan.

Abdullah dan Anderson (2015) mengemukakan bahwa tingkat religiusitas berkorelasi signifikan dengan kecenderungan individu memilih produk keuangan berbasis syariah. Temuan serupa juga disampaikan oleh Wahyudi dan Fitriani (2018), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas, maka

semakin besar pula ketertarikan terhadap layanan keuangan syariah.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh signifikan antara Religiusitas terhadap minat Gen Z di Kota Malang dalam melakukan transaksi di bank syariah.

2.4.3 Pengaruh Karakteristik Demografi Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang

Karakteristik demografi seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan juga dapat mempengaruhi minat individu terhadap perbankan syariah. Misalnya, Gen Z yang berpendidikan tinggi mungkin lebih terinformasi tentang keuntungan perbankan syariah dan lebih cenderung memilih layanan tersebut.

Studi oleh Hamzah (2017) menunjukkan bahwa faktor demografi, seperti tingkat pendidikan dan pendapatan, berpengaruh terhadap penggunaan layanan perbankan syariah. Selain itu, penelitian oleh Rahman (2019) juga menemukan bahwa usia dan jenis kelamin memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi perbankan syariah.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

H3: Terdapat pengaruh signifikan antara Karakteristik demografi terhadap minat gen z di Kota Malang dalam melakukan transaksi di bank syariah.

2.4.4 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Karakteristik Demografi Secara Simultan Terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang

Individu dengan literasi keuangan syariah yang tinggi lebih memahami manfaat bank syariah, sehingga lebih tertarik menggunakannya (Hasanah *et al.*, 2023). Religiusitas juga berperan penting, di mana individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih bank syariah karena kesesuaian dengan nilai Islam (Subandono, 2023). Selain itu, karakteristik demografi seperti usia, pendidikan, dan pendapatan mempengaruhi pemahaman dan akses terhadap perbankan syariah. Individu dengan pendidikan lebih tinggi lebih memahami layanan syariah, sementara pendapatan menentukan aksesibilitas terhadap produk keuangan syariah (Fauzi & Murniawaty, 2020).

Ketiga faktor ini saling berhubungan dalam membentuk kepercayaan dan preferensi Generasi Z terhadap bank syariah (Irdiana *et al.*, 2024). Jika hipotesis ini terbukti, maka bank syariah dapat meningkatkan inklusi keuangan syariah dengan mengintegrasikan edukasi keuangan, penguatan nilai religius, dan strategi berbasis demografi untuk menarik lebih banyak nasabah muda (Djuwita & Yusuf, 2018).

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, hipotesis yang diajukan dalam studi ini adalah sebagai berikut:

H4: Terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi terhadap

minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang.

2.5 Landasan Teori Tambahan

Dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi minat Generasi Z untuk melakukan transaksi di bank syariah, penelitian ini juga merujuk pada beberapa teori perilaku yang mendasari hubungan antara variabel bebas (literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi) terhadap variabel terikat (minat bertransaksi), yaitu: Theory of Planned Behavior (TPB), Value-Belief-Norm Theory (VBN), dan Teori Perilaku Konsumen.

2.5.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori ini dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991), menyatakan bahwa perilaku seseorang muncul dari niat untuk melakukan perilaku tersebut, dan niat tersebut dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu:

1. Sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), yaitu penilaian individu terhadap suatu tindakan;
2. Norma subjektif (subjective norm), yaitu persepsi terhadap tekanan sosial dari orang-orang sekitar;
3. Kontrol perilaku yang dipersepsikan (perceived behavioral control), yaitu sejauh mana individu merasa mampu mengendalikan atau melaksanakan tindakan tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, minat Gen Z untuk bertransaksi di bank syariah dapat dijelaskan melalui sikap mereka terhadap layanan syariah, dorongan dari norma sosial atau

lingkungan religius, serta persepsi mereka terhadap kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut.

2.5.2 Value-Belief-Norm Theory (VBN)

Teori ini dikembangkan oleh Stern et al. dan menjelaskan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sistem nilai, keyakinan, dan norma yang diyakini individu. Tiga komponen utama teori ini adalah:

- Nilai (values): prinsip dasar yang dianut seseorang.
- Keyakinan (beliefs): pandangan terhadap realitas dan tanggung jawab moral.
- Norma pribadi (personal norms): dorongan moral yang berasal dari dalam diri.

Dalam penelitian ini, VBN Theory digunakan untuk mendukung pengaruh religiusitas terhadap minat Gen Z. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi memiliki norma pribadi yang mendorong mereka untuk memilih layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti perbankan syariah.

2.5.3 Teori Perilaku Konsumen

Teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian atau penggunaan layanan, yang dipengaruhi oleh faktor internal (psikologis, kepribadian, sikap) dan eksternal (sosial, budaya, demografi). Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995), karakteristik demografi seperti usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pendapatan memiliki peran penting dalam

menentukan perilaku konsumen.

Dalam penelitian ini, karakteristik demografi Gen Z dianalisis untuk melihat sejauh mana usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan dapat memengaruhi preferensi mereka terhadap penggunaan layanan bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang melibatkan penggunaan sampel dan populasi tertentu, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, serta analisis data secara statistik guna menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Adapun metode pendekatan yang digunakan adalah analisis deskriptif, yaitu metode kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik guna menggambarkan karakteristik populasi berdasarkan sampel yang diteliti.

3.2 Lokasi dan Objek Penelitian

Menurut Sugiyono, (2017) lokasi penelitian merupakan tempat dimana situasi sosial tersebut diteliti. Pada penelitian ini berlokasi di Kota Malang, Jawa Timur yang terbagi dalam lima kecamatan; Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing dan Lowokwaru. Peneliti memilih lokasi tersebut guna mengetahui tingkat pemahaman Gen Z di Kota Malang mengenai literasi keuangan syariah, religiusitas dan karakteristik demografi dalam melakukan transaksi di bank syariah. Kota Malang, sebagai salah satu kota besar di Jawa Timur, mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam sektor perbankan syariah (Adib, 2021). Data Bank Indonesia (2024) mencatat peningkatan

transaksi sebesar 15% per tahun, dengan mayoritas nasabah berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Namun, di balik angka tersebut, masih terdapat kendala seperti kurangnya pemahaman terhadap konsep-konsep syariah dan persepsi yang kurang mendukung tentang daya saing bank syariah dibandingkan bank konvensional. Kota Malang, dengan populasi Muslim yang besar dan keberadaan institusi pendidikan Islam, menjadi tempat yang ideal untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mendorong atau menghambat minat Generasi Z dalam memanfaatkan layanan bank syariah (Kamaludin, 2021).

Objek penelitian ini adalah Generasi Z yang tinggal di Kota Malang dan memiliki minat untuk melakukan transaksi di bank syariah. Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Peneliti memilih Gen Z sebagai objek dalam penelitian karena merupakan generasi aktif dalam menggunakan layanan keuangan dan memiliki potensi untuk menjadi pengguna bank syariah di masa mendatang. Gen Z di Kota Malang dengan Usia 15-24 tahun sejumlah 125.002 (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan individu atau objek yang berada dalam wilayah tertentu dan memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian. Populasi ini menjadi dasar dalam

menentukan objek yang akan dianalisis secara menyeluruh. Populasi pada penelitian ini adalah Gen z di Kota Malang Usia 15-24 tahun. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Malang tahun 2023, populasi penduduk di Kota Malang dengan usia 15-24 tahun sejumlah 125.002 (Badan Pusat Statistik Kota Malang, 2023).

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2019), sampel merupakan sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dapat mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, penentuan jumlah minimum sampel yang representatif dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan penarikan sampel (margin of error penelitian sebesar 7% atau 0,07)

Dengan rumus tersebut, maka perhitungannya sebagai berikut :

$$N = 125.002$$

$$e^2 = 0,07^2 = 0,004$$

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{125,002}{1 + 125,002 (0.07^2)} \\
 &= \frac{125,002}{1 + 125,002 \times 0.0049} \\
 &= \frac{125,002}{1 + 612.511} \\
 n &= \frac{125,002}{613.511} = 203.24 = 204
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil hitung dengan menggunakan rumus slovin, maka peneliti akan menggunakan 204 sampel dalam penelitian ini. Alokasi sampel masing-masing kecamatan:

$$\begin{aligned}
 \text{Jumlah sampel kecamatan} &= \frac{\text{Total Sampel}}{\text{Jumlah Kecamatan}} \\
 &= \frac{204}{5} = 41
 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel yang diambil tiap kecamatan adalah 41.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pada penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik non probability sampling yaitu purposive sampling, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu. Menurut Sugiyono, (2019), purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria dan pertimbangan tertentu. Kriteria pada sampel penelitian ini yaitu:

1. Muslim
2. Berusia 18 – 24 tahun
3. Domisili di Kota Malang
4. Minat dalam menggunakan layanan Perbankan syariah

Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan pertimbangan kesesuaian dengan tujuan dan ruang lingkup penelitian. Pertama, responden yang beragama Islam dipilih karena objek penelitian berkaitan langsung dengan perbankan syariah, yang secara prinsip hanya dapat diterapkan dan dipahami secara utuh oleh individu yang memiliki latar belakang keislaman. Kedua, rentang usia 18–24 tahun ditetapkan karena kelompok ini termasuk dalam kategori Generasi Z yang secara demografis tengah memasuki fase awal kedewasaan dan mulai aktif dalam mengambil keputusan keuangan, sehingga relevan untuk dianalisis dalam konteks minat terhadap layanan perbankan. Ketiga, responden berdomisili di Kota Malang karena penelitian ini difokuskan pada wilayah tersebut, mengingat tingginya jumlah populasi usia muda di Kota Malang yang potensial sebagai pasar perbankan syariah. Keempat, responden yang memiliki minat terhadap layanan perbankan syariah dipilih untuk memastikan keterkaitan langsung antara pengalaman, persepsi, dan variabel yang diteliti, yaitu minat dalam melakukan transaksi di bank syariah.

3.5 Jenis dan Sumber Data

Menurut Bungin, data adalah informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian dan diolah untuk memberikan keterangan mengenai suatu objek

yang diteliti. Keberadaan sumber data dalam suatu penelitian memegang peran penting, karena secara langsung memengaruhi kualitas hasil penelitian. Oleh sebab itu, pemilihan sumber data harus menjadi pertimbangan utama dalam menentukan metode pengumpulan data yang tepat. Secara umum, sumber data dalam penelitian dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber utama. Adapun sumber data primer didapatkan dari menyebarkan angket atau kuesioner melalui Google Form yang disebarkan kepada gen z di Kota Malang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data ataupun informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber kedua yang bersifat publik, seperti data kearsipan, dokumentasi, *website*, ataupun laporan-laporan yang bisa digunakan sebagai pendukung data primer.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik ini dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden, yang kemudian dijawab berdasarkan pandangan atau pengalaman pribadi masing-masing. (Sugiyono, 2020). Teknik ini dipilih karena efisiensinya dalam menjangkau banyak responden dalam waktu singkat, terutama dengan memanfaatkan teknologi

digital.

3.7 Skala Pengukuran Instrumen

Dalam pengukuran variabel dapat dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran yang merupakan kesepakatan untuk menentukan nilai interval dalam alat ukur. Dalam metode kuantitatif variabel harus bias diukur agar mendapatkan hasil penelitian yang objektif, terukur dan terbuka untuk diuji kembali. Jenis-jenis skala pengukuran sebagai berikut :

1. Skala Nominal merupakan variabel yang diukur tidak memiliki perbedaan valuatif yaitu satu nilai tidak lebih besar dari yang lain.
2. Skala Ordinal merupakan variabel yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori dengan urutan, tetapi jarak antara tidak dihitung.
3. Skala Rasio merupakan skala pengukuran kuantitatif yang memungkinkan untuk melakukan semua jenis perhitungan dan menarik kesimpulan pasti.
4. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial

Skala pengukuran instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Pada skala likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator variable dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrument yang dapat berbentuk pertanyaan maupun pernyataan. Terdapat lima pilihan jawaban yang tersedia dalam kuesioner yang akan disebarkan kepada responden. Berikut empat pilihan jawaban:

Tabel 3. 1
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Setuju (S)	3
4.	Sangat Setuju (ST)	4

3.8 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel berfungsi sebagai acuan dalam mengukur variabel yang diteliti, dengan memberikan batasan yang jelas terhadap konsep yang digunakan. Tujuan dari penyusunan definisi operasional adalah untuk mempermudah proses pengumpulan data, menjaga konsistensi pengukuran, serta menghindari perbedaan penafsiran dan memperjelas ruang lingkup variabel yang dikaji (Ulfa, 2019).

1. Varibel Bebas (Independent Variabel)

Variabel bebas pada penelitian ini meliputi literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi responden. Literasi keuangan syariah diukur dengan mengacu pada pengetahuan dan pemahaman responden tentang prinsip-prinsip keuangan syariah serta produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah (Mandor *et al.*, 2020). Religiusitas diukur untuk mengevaluasi sejauh mana nilai-nilai keagamaan mempengaruhi perilaku keuangan, termasuk preferensi

terhadap bank syariah (Ghozali & Fuad, 2021). Karakteristik demografi mencakup variabel seperti usia, pendidikan, dan pendapatan responden yang telah terbukti mempengaruhi persepsi dan perilaku terkait keuangan syariah (Hasan *et al.*, 2018).

2. Variabel Terikat (Dependent Variabel)

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat Generasi Z (Gen Z) dalam melakukan transaksi di bank syariah Kota Malang. Minat ini diukur berdasarkan tingkat kecenderungan atau niat Gen Z untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah, yang tercermin dalam sikap positif dan intensi mereka dalam mengadopsi sistem keuangan syariah (Hasan & Djamhuri, 2019).

Tabel 3. 2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
1.	Literasi Keuangan Syariah (X1)	Pengetahuan dan pemahaman tentang produk dan layanan keuangan syariah untuk pengambilan keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.	Pengetahuan dasar	• Saya memahami konsep dasar keuangan syariah. • Saya mengetahui perbedaan produk keuangan syariah dan konvensional	Lusardi & Mitchell (2011); Abdul Rahim <i>et al.</i> (2016)
			Kemampuan	• Saya mampu mengelola keuangan sesuai prinsip syariah. • Saya mampu memilih produk keuangan syariah yang tepat.	Lusardi & Mitchell (2011); Herdhiana (2020)

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
			Sikap	• Saya percaya pada pentingnya menghindari riba. • Saya memiliki sikap positif terhadap transaksi syariah.	Mufidah <i>et al.</i> (2022)
			Kepercayaan	• Saya percaya bank syariah aman dan terpercaya. • Saya yakin layanan keuangan syariah sesuai nilai Islam.	
2.	Religiusitas	Tingkat kepercayaan, kepatuhan, dan implementasi nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan.	Keyakinan	• Saya percaya pada kewajiban menjalankan ajaran agama dalam keuangan. • Saya memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.	Glock & Stark (1965); Nashori & Mucharom (2002)

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
			Praktik Ibadah	• Saya rutin beribadah sebagai wujud ketaatan agama. • Saya menjalankan ibadah dengan konsisten.	Jalaludin (2003); Hendropuspito (1983)
			Pengalaman religius	• Saya sering merasa lebih tenang setelah mengikuti kegiatan keagamaan • Pengalaman religius memengaruhi keputusan keuangan saya.	Jalaludin (2010); Suhardiyanto (2001)
3.	Karakteristik Demografi	Faktor-faktor demografi individu yang dapat memengaruhi preferensi terhadap transaksi di bank syariah.	Usia	• Saya merasa bahwa layanan perbankan syariah sesuai dengan kebutuhan finansial di usia saya saat ini. • Pada usia saya saat ini, saya lebih mempertimbangkan prinsip syariah dalam memilih layanan perbankan.	Rahmi (2023); Nurhayati <i>et al.</i> (2022)

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
			Jenis Kelamin	• Sebagai (laki-laki/perempuan), saya memiliki kecenderungan untuk memilih layanan perbankan yang sesuai dengan nilai dan prinsip syariah. • Saya merasa bahwa perbedaan gender tidak memengaruhi keputusan saya dalam menggunakan layanan bank syariah.	Rahmi (2023); Novangelo <i>et al.</i> (2022)
			Pendidikan	• Pendidikan yang saya tempuh memberikan pemahaman yang lebih baik tentang konsep perbankan syariah. • Saya tertarik menggunakan layanan bank syariah karena informasi yang saya peroleh dari lingkungan pendidikan saya.	Suparno <i>et al.</i> (2023)

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
			Pendapatan	• Saya memilih layanan bank syariah karena menawarkan produk keuangan yang sesuai dengan tingkat pendapatan saya. • Pendapatan saya memengaruhi keputusan saya dalam menggunakan layanan keuangan berbasis syariah dibandingkan konvensional.	Raisa Fitri & Murniati (2021); Cahya <i>et al.</i> (2018)
4.	Minat Bertransaksi (Y)	Keinginan atau kecenderungan Generasi Z untuk menggunakan layanan bank syariah berdasarkan kebutuhan dan nilai-nilai yang dianut.	Frekuensi transaksi	• Saya sering menggunakan layanan bank syariah. • Saya mempertimbangkan bank syariah untuk transaksi rutin.	Yusuf <i>et al.</i> (2023); Khotimah & Saputeri (2024)

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
			Preferensi terhadap bank syariah	• Saya lebih memilih produk keuangan syariah dibanding konvensional • Saya tertarik dengan promosi bank syariah.	Guntur & Kaban (2021); Mufidah et al. (2022)
			Tingkat kepuasan	• Saya puas dengan pelayanan bank syariah. • Bank syariah memenuhi kebutuhan finansial saya	Novangelo <i>et al.</i> (2022); Suparno <i>et al.</i> (2023)

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

3.9 Uji Instrument

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan untuk memperoleh data kuantitatif secara objektif mengenai variasi karakteristik dari suatu variabel yang diteliti.. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner melalui google form.

3.9.1 Uji Instrument

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya kuesioner.

Kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut :

1. Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berikut Rumus Uji Validitas Pearson Product Moment :

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

N = Jumlah responden

x = Skor butir pertanyaan

y = Skor total

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses pengukuran yang bertujuan untuk memastikan bahwa hasil penelitian bebas dari bias dan dapat dipercaya (Uma, 2006). Suatu kuesioner dianggap reliabel atau konsisten apabila jawaban yang diberikan oleh responden menunjukkan kestabilan dalam berbagai kondisi. Sebuah variabel dinyatakan reliabel apabila memenuhi kriteria-kriteria tertentu, antara lain:

1. Jika nilai $\alpha > 0,7$ maka reliabel
2. Jika nilai $\alpha < 0,7$ maka tidak reliabel

Berikut Rumus Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha :

$$\alpha = \frac{N \cdot \bar{c}}{\bar{v} + (N - 1) \cdot \bar{c}}$$

Keterangan :

α = nilai reliabilitas

N = jumlah item pernyataan

$\bar{c}$ = rata – rata kovarians antar item

$\bar{v}$ = rata – rata varians item

2. Uji normalitas

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi terdistribusi secara normal (Ghozali, 2011). Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi (P) lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Salah satu metode yang digunakan dalam pengujian ini adalah Kolmogorov-Smirnov Test, dengan rumus sebagai berikut:

$$D = \sup |F_n(x) - F(x)|$$

Keterangan :

D = nilai statistik Kolmogorov – Smirnov

$F_n(x)$ = distribusi kumulatif empiris

$F(x)$ = distribusi kumulatif teoritis

b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2011). Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai toleransi mendekati 1 dan nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari gejala multikolinearitas. Berikut rumus *Variance Inflation Factor* - VIF:

$$VIF_j = \frac{1}{1 - R_j^2}$$

Keterangan:

J = Variabel x ke berapa

R = nilai R^2

c. Uji heteroskedastisitas

Ghozali (2017) menjelaskan bahwa uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya perbedaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Jika varians residual bersifat konstan antar pengamatan, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila varians tersebut berubah-ubah, maka disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang baik memiliki residual yang konstan atau homoskedastisitas dari satu pengamatan ke pengamatan

berikutnya, atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas. Berikut rumus uji heteroskedastisitas Uji Glejser :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Berdasarkan hasil analisis statistik sehingga dapat menunjukkan variabel-variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Berpengaruh positif

- a. Ada korelasi antara dua variable, korelasi tersebut terdapat tren yang mengalami peningkatan atau pertumbuhan dengan perubahan yang meningkat dalam jangka panjang.
- b. Keinginan untuk mempengaruhi orang lain agar yakin dengan sebuah produk.
- c. Memiliki pengaruh positif besar pada sampel yang berlaku pula pada populasinya
- d. Ketika nilai satu variabel naik, nilai variabel lainnya cenderung juga naik.

2. Berpengaruh negatif

- a. Ketika suatu variabel meningkat sedangkan variabel lainnya akan menurun.
- b. Hubungan yang signifikan antara dua variabel, tetapi hubungan tersebut berlawanan arah.

d. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian kuantitatif dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil pengujian. Hipotesis diterima maka pengujian tersebut membenarkan pernyataan hipotesis, sebaliknya jika hipotesis ditolak maka pernyataan hipotesis tersebut perlu dikaji ulang.

Dalam penelitian kuantitatif pengujian hipotesis dilakukan dengan cara merumuskan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternative (H_1), menentukan tingkat signifikan (α), memilih metode statistik, mengumpulkan data, melakukan uji statistic, menghitung statistik uji dan menafsirkan hasil. Hipotesis hendaknya telah dirumuskan sebelum peneliti ke lapangan.

Kegunaan hipotesis penelitian adalah :

- a. Penelitian yang memiliki hipotesis merupakan petunjuk bahwa telah siap melakukan penelitian dengan pengetahuannya.
- b. Memberikan arah pada pengumpulan dan penafsiran data.

Memberi petunjuk tentang prosedur apa saja yang harus diikuti dan jenis data apa yang harus dikumpulkan. Memberikan kerangka dalam rangka memberikan hasil kesimpulan.

Sedangkan hipotesis diperoleh dari hasil penelitian dan pengalaman. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

- a. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam model ini mengasumsikan hubungan linier antara variabel dependen dan masing-masing prediktornya. Berikut ini adalah persamaan dari regresi linier berganda:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah
- X_1 = Literasi Keuangan Syariah
- X_2 = Religiusitas
- X_3 = Karakteristik Demografi
- β_0 = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen
- e = Error atau residual

Penggunaan tanda tambah menunjukkan bahwa variabel independen bekerja secara agregatif untuk memengaruhi variabel dependen.

b. Uji parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah variabel dependen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk melihat apakah uji t signifikan, jika

hasil probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima begitu pula sebaliknya. Berikut rumus uji t :

$$t = \frac{\beta_i}{SE(\beta_i)}$$

Keterangan :

t = nilai t_{hitung}

β_i = koefisien regresi variabel independen

$SE(\beta_i)$ = standar error dari koefisien

c. Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien ini berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, berarti variabel independen mampu memberikan informasi yang hampir sepenuhnya diperlukan untuk memprediksi perubahan pada variabel dependen, sehingga hipotesis dapat diterima. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 0, maka kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen sangat rendah dan hipotesis cenderung ditolak (Ghozali, 2018).

$$R^2 = 1 - \frac{\sum(Y - \hat{Y})^2}{\sum(Y - \bar{Y})^2}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien determinasi

Y = nilai aktual

$\hat{Y}$ = nilai prediksi

$\bar{Y}$ = rata – rata nilai Y

e. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi, secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang. Pengujian ini dilakukan menggunakan uji F dalam analisis regresi linear berganda.

1. Hipotesis Uji F

- a. H_0 : Literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang.
- b. H_1 : Literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi berpengaruh secara simultan terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang.

2. Kriteria Pengujian

Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (p-value) dan F-hitung dibandingkan dengan F-tabel.

- a. Jika $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ dan $p\text{-value} < 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh simultan yang

signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

- b. Jika $F\text{-hitung} \leq F\text{-tabel}$ atau $p\text{-value} \geq 0,05$, maka H_0 diterima, yang berarti tidak ada pengaruh simultan yang signifikan. Berikut rumus uji F :

$$F = \frac{(\mathcal{R}^2/k)}{(1 - \mathcal{R}^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

$\mathcal{R}^2$ = koefisien determinasi

k = jumlah variabel independen

n = jumlah sampel

Apabila hasil uji menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi berpengaruh signifikan secara simultan, maka dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor tersebut secara bersama-sama mempengaruhi keputusan Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah. Dengan hasil ini, bank syariah dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan literasi keuangan syariah, memperkuat nilai religiusitas, dan memahami karakteristik

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Malang dan menjadi sasaran dalam menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi terhadap minat melakukan transaksi di bank syariah. Penelitian ini dilakukan pada awal tahun 2025 dengan responden yang tersebar di lima kecamatan di Kota Malang, yaitu Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing, dan Lowokwaru.

Kota Malang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi tinggi dalam perkembangan perbankan syariah. Sebagai kota pendidikan, Malang memiliki populasi Gen Z yang signifikan, terdiri dari pelajar dan mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang tahun 2023, jumlah Generasi Z (usia 15-24 tahun) mencapai sekitar 125.002 jiwa. Kondisi ini mencerminkan potensi besar bagi peningkatan inklusi keuangan syariah, khususnya pada generasi muda.

Bank-bank syariah yang beroperasi di Kota Malang, seperti Bank Syariah Indonesia (BSI), Bank Jatim Syariah, dan BPRS, telah

mulai mengadopsi strategi digitalisasi untuk menarik minat generasi muda. Namun demikian, tingkat literasi keuangan syariah dan religiusitas di kalangan Gen Z masih menjadi tantangan tersendiri dalam memaksimalkan penggunaan layanan keuangan berbasis syariah.

Karakteristik demografi responden dalam penelitian ini terdiri dari beberapa aspek penting seperti:

1. Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan yang berusia antara 18–24 tahun,
2. Status pendidikan: mayoritas merupakan mahasiswa aktif di berbagai perguruan tinggi di Kota Malang,
3. Pekerjaan: sebagian besar belum bekerja tetap, dengan penghasilan yang berasal dari orang tua atau pekerjaan paruh waktu,
4. Pengalaman bertransaksi di bank syariah: bervariasi, mulai dari yang sudah pernah hingga yang belum sama sekali menggunakan layanan bank syariah.

Selain itu, dari sisi pemahaman terhadap produk dan prinsip keuangan syariah, masih ditemukan sebagian responden yang memiliki pengetahuan terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa masih diperlukan upaya edukasi dan promosi oleh perbankan syariah untuk meningkatkan literasi keuangan syariah di kalangan Gen Z, sehingga minat dan kepercayaan terhadap produk keuangan syariah dapat

terus meningkat.

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa faktor-faktor internal seperti tingkat religiusitas individu juga turut berperan dalam memengaruhi minat mereka terhadap bank syariah. Individu dengan religiusitas yang tinggi cenderung lebih memilih produk keuangan syariah karena sesuai dengan prinsip hidup mereka.

Dengan memperhatikan profil umum objek penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z di Kota Malang memiliki potensi besar sebagai pasar strategis bagi perbankan syariah, namun diperlukan strategi pendekatan yang sesuai dengan karakteristik, nilai, dan preferensi generasi ini.

4.1.2 Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan gambaran mengenai karakteristik responden meliputi keadaan, sifat, atau ciri-ciri khusus yang dapat memberikan gambaran mengenai keadaan responden tersebut. Pada penelitian ini gambaran umum responden dibagi menjadi 7 kelompok, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, bank yang digunakan dan domisili di tiap kecamatan.

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan pembeda yang paling dasar dan dapat diketahui langsung secara fisik (Rab and Sharpe, 2009). Gambaran umum responden berdasarkan jenis kelamin

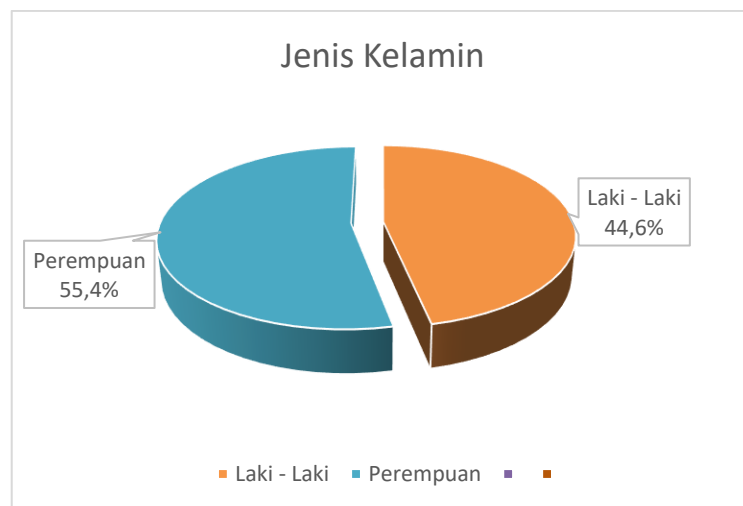
secara umum dapat diketahui lebih jelas dari tabel berikut:

Tabel 4. 1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	95	44,6%
Perempuan	109	55,4%
Jumlah	204	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Gambar 4. 1
Jenis Kelamin



Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan gambar 4.1 jumlah responden pada penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 109 (55,4%) responden dan sebanyak 95 (44,6%) responden berjenis kelamin laki-laki. Dapat disimpulkan responden dengan jenis kelamin perempuan dan laki-laki memiliki tingkat minat yang tidak jauh berbeda dalam menggunakan jasa perbankan syariah, namun dari hasil diatas

responden dengan jenis kelamin perempuan lebih tinggi dalam hal minat daripada responden berjenis kelamin laki-laki.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia merupakan salah satu variabel penting dalam karakteristik demografi yang dapat memengaruhi preferensi dan perilaku finansial seseorang, termasuk dalam memilih dan menggunakan layanan bank syariah. Dalam penelitian ini, seluruh responden berasal dari kelompok usia Generasi Z, yaitu individu yang berusia antara 18 hingga 24 tahun, sesuai dengan batasan usia Gen Z berdasarkan kategori dari Badan Pusat Statistik (BPS).

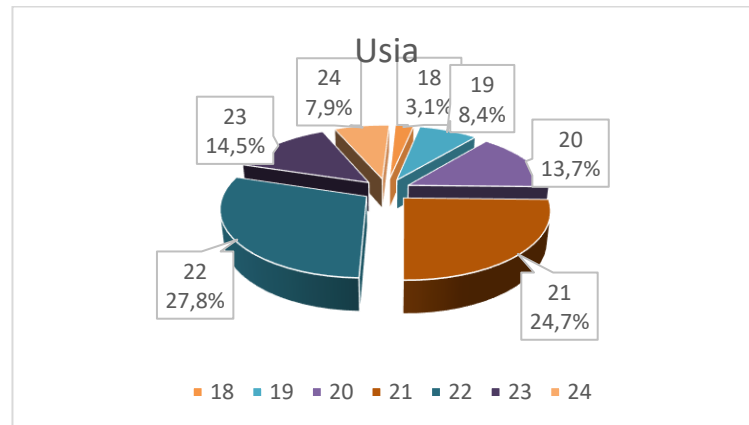
Pada penelitian ini, usia responden 18-24 tahun, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 2
Usia

Usia	Jumlah	Persentase
18	5	3,1%
19	16	8,4%
20	29	13,7%
21	51	24,7%
22	60	27,8%
23	28	14,5%
24	15	7,9%
Jumlah	204	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Gambar 4. 2
Usia



Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan gambar 4.2 usia responden pada penelitian ini didominasi pada usia 22 tahun sejumlah 60 atau 27,8%, dan pada usia 18 tahun memiliki jumlah responden paling kecil yaitu sebanyak 5 atau 3,1%. Responden dengan usia 19 tahun berjumlah 16 atau 8,4%. Pada Usia 20 tahun sejumlah 29 atau 13,7%, Usia 21 tahun sebesar 51 atau 24,7%. Usia 28 tahun sejumlah 14,5% dan usia 24 tahun sejumlah 15 atau 7,9%.

4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

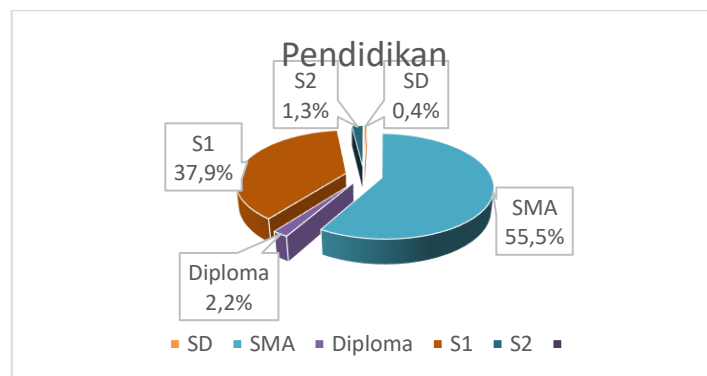
Tingkat pendidikan merupakan salah satu aspek penting dalam memahami perilaku dan pola pikir responden dalam mengakses serta menggunakan layanan keuangan, termasuk layanan perbankan syariah. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi umumnya berkaitan dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik.

Tabel 4. 3
Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	1	0,4%
SMA	118	55,5%
Diploma	4	2,2%
S1	77	37,9%
S2	4	1,3%
Jumlah	204	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2025

Gambar 4. 3
Pendidikan



Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.3, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan pada jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) yaitu sebanyak 118 responden atau 55,5%. Kemudian, sebanyak 77 responden (37,9%) menempuh pendidikan Strata 1 (S1), sementara responden dengan latar belakang

pendidikan Diploma berjumlah 4 orang (2,2%) juga 4 responden (1,3%) yang menempuh pendidikan S2. Sedangkan 1 responden (0,4%) berasal dari jenjang SD. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada tingkat pendidikan menengah hingga tinggi, yang mencerminkan potensi pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip keuangan syariah dan layanan perbankan syariah secara umum.

4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

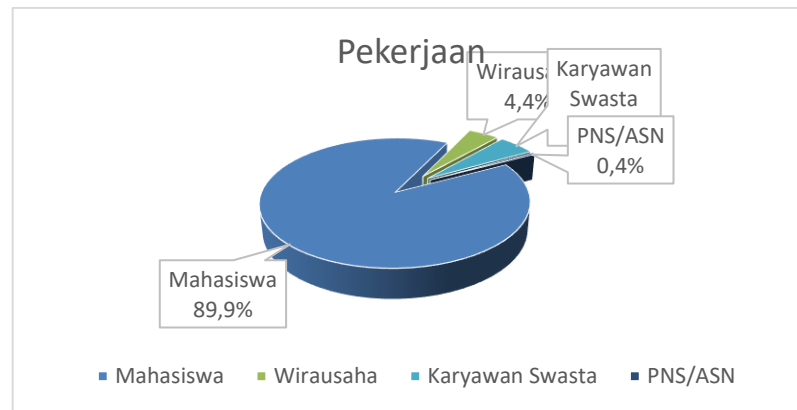
Status pekerjaan responden dapat mencerminkan kapasitas finansial, pengalaman ekonomi, serta kebutuhan akan produk dan layanan keuangan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui pekerjaan utama dari responden dalam penelitian ini.

Tabel 4. 4
Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	183	89,9%
Wirausaha	9	4,4%
Karyawan Swasta	11	5,3%
PNS/ASN	1	0,4%
Jumlah	204	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Gambar 4. 4
Pekerjaan



Sumber: Data Diolah, 2025

Pada Gambar 4.4 terlihat bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa, yaitu sebanyak 183 orang atau 89,9% dari total responden. Adapun 11 orang atau 5,3% responden bekerja sebagai karyawan swasta, 4,4% sejumlah 9 orang menjalankan usaha sebagai wirausahawan, dan 1 orang atau 0,4% merupakan Aparatur Sipil Negara (ASN/PNS). Komposisi ini menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil menjangkau kalangan generasi muda yang sedang menempuh pendidikan tinggi, yang memiliki potensi besar dalam mengadopsi produk dan layanan keuangan berbasis syariah ke depannya.

4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan bulanan merupakan faktor yang turut menentukan kemampuan serta preferensi individu dalam mengakses layanan keuangan, termasuk produk dari bank syariah. Tingkat

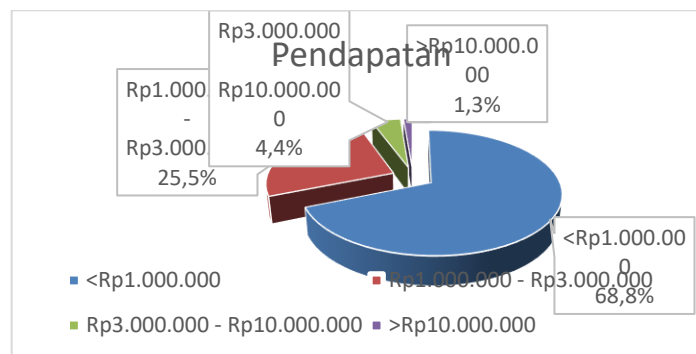
pendapatan juga dapat menunjukkan daya beli dan keterjangkauan layanan.

Tabel 4. 5
Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
<Rp1.000.000	142	68,8%
Rp1.000.000 - Rp3.000.000	50	25,5%
Rp3.000.000 – Rp10.000.000	10	4,4%
>Rp10.000.000	2	1,3%
Jumlah	204	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Gambar 4. 5
Pendapatan



Sumber: Data Diolah, 202

Berdasarkan Gambar 4.5, sebanyak 142 responden (68,8%) memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000 per bulan. Responden dengan pendapatan antara Rp1.000.000 hingga Rp3.000.000 sebanyak 50 orang (25,5%). Sebanyak 10 orang

responden (4,4%) memiliki pendapatan antara Rp3.000.000 hingga Rp10.000.000, sedangkan sisanya sebanyak 2 orang (1,3%) memiliki pendapatan di atas Rp10.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam kategori pendapatan rendah hingga menengah, yang perlu menjadi pertimbangan strategis dalam pengembangan layanan keuangan syariah yang terjangkau dan relevan bagi kelompok ini.

4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan

Pemilihan bank oleh masyarakat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ketersediaan produk, kualitas layanan, citra lembaga, hingga nilai-nilai religiusitas. Dalam konteks penelitian ini, penting untuk mengetahui preferensi responden terhadap bank, terutama bank syariah. Bank yang digunakan oleh responden pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

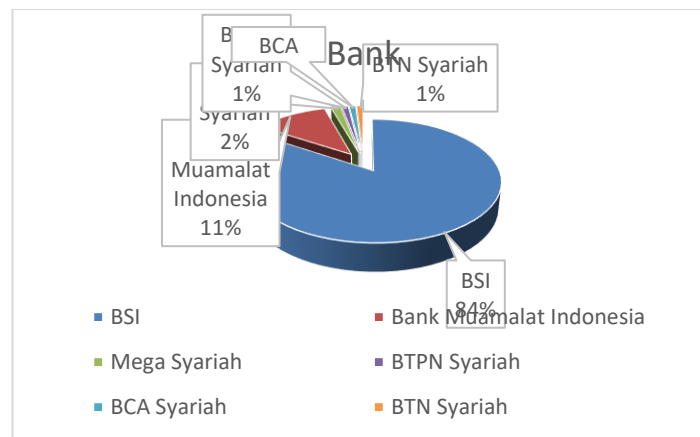
Tabel 4. 6
Bank Syariah

Bank	Jumlah	Persentase
Bank Syariah Indonesia	172	84%
Bank Muamalat Indonesia	23	11%
Bank Mega Syariah	3	2%
BTPN Syariah	2	1%
BCA Syariah	2	1%
BTN Syariah	2	1%

Jumlah	204	100%
--------	-----	------

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Gambar 4. 6
Bank Syariah



Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.6, diketahui bahwa Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi bank yang paling banyak digunakan oleh responden, yakni sebanyak 172 orang (84%). Selanjutnya, Bank Muamalat Indonesia digunakan oleh 23 orang (11%), dan Bank Mega Syariah oleh 3 orang (2%). Sisanya tersebar di berbagai bank lain seperti BPTN Syariah, BCA Syariah, dan BTN Syariah yang masing-masing dengan proporsi kecil. Temuan ini mencerminkan bahwa BSI memiliki daya tarik dan kepercayaan yang cukup tinggi di kalangan responden, khususnya sebagai lembaga perbankan syariah.

4.1.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Distribusi domisili responden memberikan informasi penting mengenai cakupan geografis penelitian dan keterwakilan

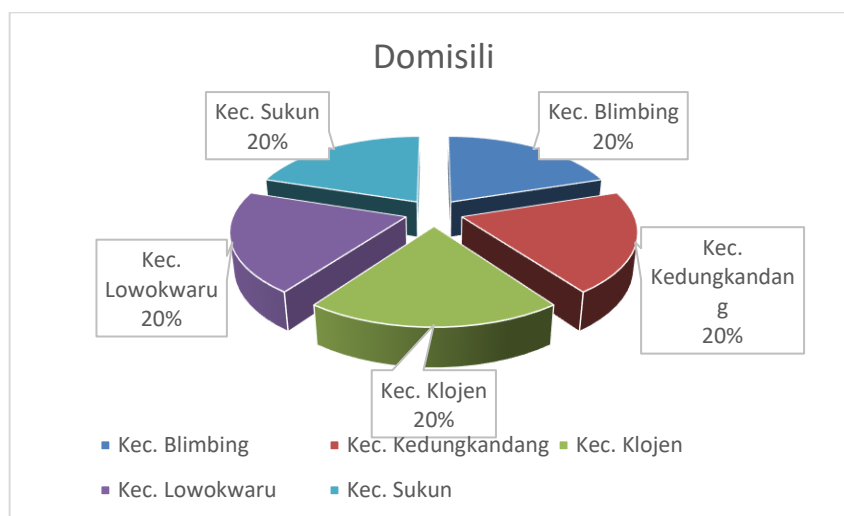
responden dari berbagai wilayah di Kota Malang. Hal ini juga membantu dalam memahami persebaran minat terhadap layanan perbankan syariah.

Tabel 4. 7
Domisili Responden

Domisili	Jumlah	Persentase
Kec. Blimbing	41	20%
Kec. Kedungkandang	41	20%
Kec. Klojen	41	20%
Kec. Lowokwaru	41	20%
Kec. Sukun	40	20%
Jumlah	204	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Gambar 4. 7
Domisili Responden



Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Gambar 4.7, responden di tiap kecamatan tersebar secara merata yaitu sebanyak 41 orang atau 20%. Penyebaran ini menunjukkan bahwa responden berasal dari seluruh kecamatan utama di Kota Malang secara relatif merata, sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki representasi geografis yang baik dan mencerminkan persebaran minat terhadap bank syariah secara luas di wilayah tersebut.

4.1.2.8 Rata-Rata Data Kuesioner Responden

Hasil pengisian kuesioner oleh responden menghasilkan data kuantitatif yang digunakan untuk mendeskripsikan temuan dalam penelitian ini. Rata-rata data dari responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8
Rata-Rata Data Responden

Pertanyaan	SEBARAN SKOR								TOTAL		MEAN
	4		3		2		1				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
X1.1	54	26,5%	112	54,9%	34	16,7%	4	2%	204	100	3,1
X1.2	51	25%	111	54,4%	39	19,1%	3	1,5%	204	100	3,0
X1.3	54	26,5%	124	60,8%	24	11,8%	2	1%	204	100	3,1
X1.4	48	23,5%	116	56,9%	36	17,6%	4	2%	204	100	3,0
X1.5	144	70,6%	49	24%	8	3,9%	3	1,5%	204	100	3,6
X1.6	100	49%	90	44,1%	12	5,9%	2	1%	204	100	3,4
X1.7	77	37,7%	108	52,9%	15	7,4%	4	2%	204	100	3,3
X1.8	80	39,2%	106	52%	15	7,4%	3	1,5%	204	100	3,3
X2.1	123	60,3%	75	36,8%	4	2%	2	1%	204	100	3,6
X2.2	54	26,5%	124	60,8%	24	11,8%	2	1%	204	100	3,1
X2.3	124	60,8%	70	34,3%	6	2,9%	4	2%	204	100	3,5
X2.4	107	52,5%	85	41,7%	9	4,4%	3	1,5%	204	100	3,5
X2.5	132	64,7%	65	31,9%	5	2,5%	2	1%	204	100	3,6
X2.6	100	49,0%	79	38,7%	23	11,3%	2	1%	204	100	3,4
X3.1	53	26,0%	127	62,3%	21	10,3%	3	1,5%	204	100	3,1
X3.2	49	24,0%	127	62,3%	26	12,7%	2	1%	204	100	3,1
X3.3	65	31,9%	113	55,4%	26	12,7%	0	0%	204	100	3,2
X3.4	95	46,6%	97	47,5%	11	5,4%	1	0,5%	204	100	3,4
X3.5	80	39,2%	99	48,5%	22	10,8%	3	1,5%	204	100	3,3
X3.6	65	31,9%	113	55,4%	22	10,8%	4	2%	204	100	3,2
X3.7	53	26%	119	58,3%	26	12,7%	6	2,9%	204	100	3,1
X3.8	51	25%	110	53,9%	37	18,1%	6	2,9%	204	100	3,0
Y.1	37	18,1%	112	54,9%	43	21,1%	12	5,9%	204	100	2,9
Y.2	44	21,6%	109	53,4%	44	21,6%	7	3,4%	204	100	2,9
Y.3	52	25,5%	108	52,9%	39	19,1%	5	2,5%	204	100	3,0
Y.4	60	29,4%	101	49,5%	37	18,1%	6	2,9%	204	100	3,1
Y.5	55	27,0%	111	54,4%	27	13,2%	11	5,4%	204	100	3,0
Y.6	51	25%	109	53,4%	40	19,6%	4	2%	204	100	3,0

Sumber: Data Diolah, 2025

Dari tabel 4.8 di atas rata-rata tertinggi nilai responden pada variabel literasi keuangan syariah adalah pada item X1.5 yang mengartikan bahwa responden percaya pada pentingnya menghindari riba dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Sedangkan, nilai rata-rata terendah pada variabel literasi keuangan syariah terletak pada item X1.2 dan X1.4 yang dimana responden belum mengetahui perbedaan produk keuangan syariah dan konvensional serta masih ragu dalam memilih produk keuangan syariah yang tepat.

Pada variabel Religiusitas rata-rata tertinggi nilai responden yaitu pada item X2.1, X2.3, X2.5 dimana mengartikan bahwa responden percaya pada kewajiban menjalankan ajaran agama dalam keuangan, rutin beribadah sebagai wujud ketaatan agama, serta merasa lebih tenang setelah mengikuti kegiatan keagamaan. Sedangkan nilai rata-rata terendah pada variabel Religiusitas berada pada item X2.2, dimana responden belum yakin dalam memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pada variabel Karakteristik Demografi, rata-rata tertinggi nilai responden terdapat pada item X3.4, yang berarti responden percaya bahwa perbedaan gender tidak memengaruhi keputusan dalam menggunakan layanan bank syariah. Sedangkan nilai rata-rata terendah pada variabel karakteristik demografi adalah pada item X3.8 yaitu, pendapatan tidak memengaruhi keputusan responden

dalam menggunakan layanan keuangan berbasis syariah dibandingkan konvensional.

Pada variabel Minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah, nilai rata-rata tertinggi ditujukan pada item Y.4 yang menunjukkan bahwa responden tertarik dengan promosi yang ada pada bank syariah. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada item Y.1 dan Y.2 yang dimana tingkat penggunaan layanan bank syariah masih rendah dan belum mempertimbangkan bank syariah sebagai transaksi rutin.

4.1.3 Instrumen

4.1.3.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan guna mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel. Pada uji validitas tolak ukur yang digunakan adalah dengan melihat nilai r -hitung pada masing-masing item dari variabel. Jika item memiliki nilai r -hitung $> r$ -tabel, maka dapat dikatakan valid. Sedangkan item yang memiliki nilai r -hitung $< 0,1506$, maka item tersebut dikatakan tidak valid.

Tabel 4. 9
Ringkasan Uji Validitas

No	Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	Literasi Keuangan Syariah	X1.1	0,669	0,137	VALID
2		X1.2	0,659	0,137	VALID
3		X1.3	0,674	0,137	VALID
4		X1.4	0,694	0,137	VALID
5		X1.5	0,544	0,137	VALID
6		X1.6	0,702	0,137	VALID
7		X1.7	0,696	0,137	VALID
8		X1.8	0,733	0,137	VALID
9	Religiusitas	X2.1	0,707	0,137	VALID
10		X2.2	0,679	0,137	VALID
11		X2.3	0,722	0,137	VALID
12		X2.4	0,655	0,137	VALID
13		X2.5	0,764	0,137	VALID
14		X2.6	0,643	0,137	VALID
15	Karakteristik Demografi	X3.1	0,673	0,137	VALID
16		X3.2	0,684	0,137	VALID
17		X3.3	0,732	0,137	VALID
18		X3.4	0,613	0,137	VALID
19		X3.5	0,728	0,137	VALID

20		X3.6	0,703	0,137	VALID
21		X3.7	0,700	0,137	VALID
22		X3.8	0,680	0,137	VALID
23	Minat	Y1.1	0,738	0,137	VALID
24		Y2.2	0,798	0,137	VALID
25		Y3.3	0,768	0,137	VALID
26		Y3.4	0,715	0,137	VALID
27		Y3.5	0,797	0,137	VALID
28		Y3.6	0,806	0,137	VALID

Sumber: Data Diolah, 2025

Pada tabel 4.9 dijelaskan bahwa nilai r hitung $> r$ tabel berdasarkan uji signifikans 0,05, yang artinya bahwa pada variabel independen (literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi) dan pada variabel dependen (minat melakukan transaksi di bank syariah) memiliki nilai r -hitung sebesar $0,669 > 0,137$ r tabel. Maka, dapat dikatakan bahwa item-item diatas valid.

4.1.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsisten tidaknya kuesioner pada suatu penelitian guna untuk mengukur berpengaruh atau tidaknya variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y. Pada uji reliabilitas terdapat tolak ukur yang digunakan yaitu dengan melihat nilai dari cronbach's alpha. Nilai batas

ditentukan yaitu sebesar 0,7. Jika nilai cronbach's alpha $< 0,7$ maka item pada kuesioner tersebut tidak reliabel. Sedangkan jika nilai cronbach's alpha $> 0,7$ dapat dikatakan item dari kuesioner tersebut reliabel.

Tabel 4. 10
Ringkasan Uji Reliabilitas

No	Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Literasi Keuangan Syariah (X1)	8	0,826	RELIABEL
2	Religiusitas (X2)	6	0,781	RELIABEL
3	Karakteristik Demografi (X3)	8	0,842	RELIABEL
4	Minat (Y)	6	0,862	RELIABEL

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui nilai cronbach's alpha dari masing-masing variabel memiliki nilai $> 0,7$, maka dapat dikatakan bahwa item pada masing-masing variabel konsisten atau reliabel dan dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

4.1.4 Uji Asumsi Klasik

4.1.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan uji yang digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen dan variabel dependen dalam suatu model regresi memiliki distribusi normal atau tidak

noemal. Pada uji normalitas terdapat beberapa persyaratan, jika nilai signifikasi lebih besar dari 0,05 dapat dikatakan data penelitian berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikasi lebih kecil dari 0,05 maka, dikatakan data penelitian tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 11
Uji Normalitas

Undstandarsized Residual	
N	204
Test Statistic	0,060
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,072

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, nilai signifikannya adalah 0,072 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Berdasarkan dengan persyaratan pada uji normalitas dapat dikatakan bahwa data yang diperoleh pada penelitian ini berdistribusi normal.

4.1.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang memiliki tujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau variabel independen. Model regresi yang baik adalah ketika tidak ditemukannya korelasi diantara variabel. Dikatakan terjadi multikolinieritas apabila nilai $VIF > 10$ dan nilai tolerance < 0.01 , sedangkan dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas apabila

nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0.01 .

Tabel 4. 12
Uji Multikolineritas

Model	Colinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan Syariah	0,577	1,732
Religiusitas	0,617	1,621
Karakteristik Demografi	0,604	1,657

Sumber: Data Diolah, 2025

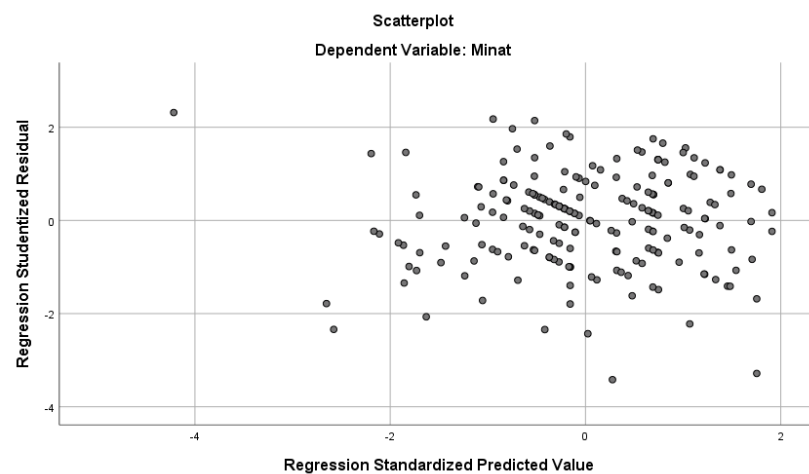
Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa nilai VIF variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Religiusitas (X2), dan Karakteristik Demografi (X3) sebesar 1,732, 1,621, 1,657 < 10 dan nilai tolerance value sebesar 0,577, 0,617, 0,604 $> 0,1$. Berdasarkan pada persyaratan nilai tolerance dapat dikatakan model dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas dan dari persyaratan uji multikolineritas, gejala multikolineritas terjadi jika nilai VIF > 10 , maka dapat dikatakan syarat bebas multikolineritas terpenuhi atau data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas adalah jika ada

plots tertentu, seperti titik ada yang membentuk bola tertentu teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titiktitik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4. 8
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan pada gambar 4.8 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di atas angka nol dan di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak ada pola yang jelas. Maka, dapat dikatakan bahwa model penelitian pada model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.1.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh pada variabel satu dengan variabel lainnya dan dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi. Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua atau lebih variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (terikat).

Dalam membentuk model regresi yang tepat, diperlukan suatu rumus matematis yang berfungsi untuk memprediksi hubungan antara variabel. Rumus tersebut dapat diperoleh melalui analisis regresi linear berganda yang disajikan pada bagian berikut ini. :

Tabel 4. 13
Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandradized Coeficients		Sig
	B	Std. Error	
1 (constant)	-1,280	1,553	0,411
Literasi Keuangan Syariah	0,128	0,064	0,048
Religiusitas	0,122	0,084	0,149
Karakteristik Demografi	0,526	0,061	0,000

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4.13, diperoleh hasil bahwa pengujian regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi secara matematis sebagai berikut:

$$Y = (-1,280) + 0,182X_1 + 0,122X_2 + 0,526X_3$$

Keterangan :

Y : Minat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah

X₁ : Literasi Keuangan Syariah

X₂ : Islamic Branding

X₃ : Religiusitas

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat diketahui bahwa:

- a. Konstanta (a) = -1,280

Dimana, apabila literasi keuangan syariah (X₁), religiusitas (X₂), dan karakteristik demografi (X₃) sama dengan nol (tidak ada perubahan), maka minat melakukan transaksi di bank syariah (Y) sebesar 0,338.

- b. Koefisien Regresi Literasi Keuangan Syariah (X₁) = +0,182

Dimana, koefisien regresi positif atau searah sebesar 0,182. Jika tingkat literasi keuangan syariah meningkat satu satuan, maka minat gen z dalam melakukan transaksi di bank syariah (Y) juga akan meningkat sebesar 0,182.

- c. Koefisien Regresi Religiusitas (X₂) = +0,122

Dimana, koefisien regresi positif atau searah sebesar 0,122. Jika tingkat religiusitas meningkat satu satuan, maka minat gen z dalam melakukan transaksi di bank syariah Kota Malang juga akan meningkat sebesar 0,122.

d. Koefisien Regresi Karakteristik Demografi (X_3) = + 0,526

Dimana, koefisien regresi positif atau searah sebesar 0,526.

Jika Tingkat karakteristik demografi meningkat satu satuan, maka minat dalam melakukan transaksi di bank syariah juga akan meningkat sebesar 0,526.

Berdasarkan hasil Tabel 4.13, diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah memiliki nilai signifikansi sebesar 0,048, yang berarti signifikan pada taraf signifikansi 5% ($p < 0,05$). Variabel Karakteristik Demografi juga signifikan dengan nilai signifikansi 0,000. Namun, variabel Religiusitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,149, yang lebih besar dari 0,05, sehingga dinyatakan tidak berpengaruh signifikan secara simultan dalam model regresi linear berganda ini. Hal ini menunjukkan bahwa ketika dianalisis bersama-sama, pengaruh religiusitas terhadap minat Gen Z berkurang setelah dikontrol dengan variabel lain.

4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square (R^2). Besarnya nilai adjusted berkisar antara ≥ 0 dan ≤ 1 . Jika mendekati 1 maka model semakin baik, begitu pula sebaliknya. Berikut adalah hasil output uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel 4. 14
Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,700	,490	,482	2,52398

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui nilai R Square 0,490 atau 49% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel X1, X2 dan X3 terhadap variabel Y sebesar 49% dan sisanya 51% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.1.7 Uji Hipotesis

4.1.6.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial merupakan uji dalam analisis regresi yang digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh pada masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Pada uji parsial ini peneliti menguji pengaruh dari variabel literasi keuangan syariah terhadap minat dalam melakukan transaksi di bank syariah, variabel religiusitas terhadap minat melakukan transaksi di bank syariah, dan variabel karakteristik demografi terhadap minat dalam melakukan transaksi di bank syariah.

Tabel 4. 15 Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Literasi Keuangan Syariah	0,489	0,059	0,505	8,313	0,000
Religiusitas	0,610	0,082	0,465	7,464	0,000
Karakteristik Demografi	0,645	0,049	0,682	13,266	0,000

Sumber: Data Diolah, 2025

Secara parsial dalam menguji pengaruh dari masing-masing variabel dapat dilakukan dengan uji t. Berdasarkan tabel 4.14, maka hasil dari uji t dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Uji Parsial (t) terhadap variabel literasi keuangan syariah (X1) diketahui memiliki t hitung sebesar 8,313 lebih besar dari t tabel yaitu 1,972 dengan derajat signifikansi t 0,000. Dikatakan derajat signifikansi t lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulan yang didapatkan adalah bahwa H1 diterima yang berarti secara parsial variabel literasi keuangan syariah (X1) memiliki pengaruh secara signifikan

terhadap variabel minat dalam melakukan transaksi di bank syariah (Y).

2. Berdasarkan hasil uji t terhadap variabel Religiusitas (X2), diperoleh nilai t hitung sebesar 7,464, yang lebih besar dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,972, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya, secara parsial variabel Religiusitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat melakukan transaksi di bank syariah (Y).
3. Hasil uji t terhadap variabel Karakteristik Demografi (X3) menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 13,266, lebih besar daripada t tabel sebesar 1,972, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi < 0,05, maka hipotesis ketiga (H3) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel Karakteristik Demografi (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat melakukan transaksi di bank syariah (Y).

4.1.6.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi kelayakan model regresi, yakni untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan

keputusan dalam uji ini didasarkan pada nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka model regresi dianggap layak dan dapat digunakan untuk menguji hubungan dalam penelitian. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka model dinyatakan tidak layak sebagai alat pengujian dalam penelitian. Adapun hasil uji F disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 16
Uji Simultan (Uji f)

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig
Regression	1222,742	3	407,581	63,980	0,000
Residual	1274,096	200	6,370		
Total	2496,838	203			

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa dari hasil uji F dimana diperoleh nilai F hitung sebesar $63,980 > 2,65$ F tabel dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel literasi keuangan syariah, religiusitas dan karakteristik demografi secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat gen z dalam melakukan transaksi di bank syariah.

4.2 Pembahasan

Bagian ini menyajikan interpretasi terhadap hasil analisis kuantitatif yang telah dilakukan, dengan mengaitkan temuan empiris pada teori-teori yang relevan serta prinsip-prinsip Islam dalam konteks keuangan syariah (Kaweesa & Rosman, 2024). Tiga variabel independen yang dianalisis meliputi literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi, dengan fokus pada pengaruh masing masing terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah di Kota Malang.

Ketiga variabel terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat, baik secara parsial maupun simultan. Oleh karena itu, pembahasan difokuskan untuk menguraikan kontribusi setiap variabel secara lebih mendalam, dengan mempertimbangkan dimensi teori perilaku konsumen dan pendekatan ekonomi Islam. Penjabaran ini diharapkan dapat memberikan pemahaman menyeluruh mengenai faktor-faktor yang mendorong preferensi Generasi Z terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah.

4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah di Kota Malang. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa secara statistik hubungan antara literasi keuangan syariah dan minat adalah signifikan. Selain itu, koefisien regresi bernilai positif, yang berarti bahwa setiap

peningkatan literasi keuangan syariah berkontribusi pada peningkatan minat individu untuk bertransaksi di bank syariah.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman yang baik mengenai sistem keuangan syariah mendorong individu, khususnya dari kalangan Generasi Z, untuk merasa lebih percaya diri dan yakin terhadap praktik perbankan yang berbasis syariah. Literasi keuangan syariah tidak hanya mencakup pemahaman terhadap konsep-konsep dasar seperti riba, gharar, dan maisir, tetapi juga meliputi pengenalan terhadap produk-produk bank syariah seperti tabungan mudharabah, pembiayaan murabahah, serta pemahaman terhadap prinsip akad dan distribusi keuntungan. Dalam pendekatan teori perilaku konsumen, temuan ini konsisten dengan Teori Planned Behavior (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku individu ditentukan oleh niat, yang dibentuk oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perceived behavioral control (kontrol atas perilaku yang dirasakan). Literasi keuangan syariah memperkuat sikap positif terhadap penggunaan bank syariah, meningkatkan persepsi kontrol terhadap keputusan keuangan, serta membentuk norma yang mendukung pemilihan sistem keuangan yang sesuai syariah.

Secara lebih luas, literasi keuangan syariah juga berperan sebagai jembatan antara pemahaman intelektual dan keyakinan spiritual. Individu yang memahami perbedaan antara sistem syariah dan konvensional lebih cenderung menghindari transaksi yang

mengandung unsur riba atau ketidakpastian, karena menyadari implikasi hukumnya dalam Islam. Literasi juga memudahkan individu dalam menilai transparansi dan etika dalam layanan bank syariah, sehingga meningkatkan rasa aman dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Dalam perspektif Islam, literasi terhadap prinsip keuangan syariah merupakan bagian dari upaya menunaikan tanggung jawab dalam bermuamalah secara benar. Sebagaimana ditegaskan dalam hadis Nabi Muhammad SAW:

"Barang siapa yang Allah kehendaki menjadi baik, maka Allah menjadikannya faqih (paham) dalam agama." (HR. Bukhari dan Muslim).

Pemahaman terhadap muamalah, termasuk transaksi keuangan, merupakan bagian dari ilmu agama yang penting untuk dipelajari. Hal ini juga diperkuat oleh QS. Al-Baqarah: 282 yang memerintahkan pencatatan utang piutang secara tertulis dan disaksikan, sebagai bentuk edukasi akan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam transaksi keuangan.

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah secara langsung berimplikasi terhadap meningkatnya minat Generasi Z untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah. Oleh karena itu, edukasi publik yang berbasis nilai-nilai Islam sangat diperlukan, baik melalui kurikulum pendidikan formal, media dakwah digital, maupun program literasi

dari lembaga keuangan syariah itu sendiri. Peningkatan kualitas dan kuantitas literasi keuangan syariah akan mendukung pertumbuhan industri perbankan syariah secara berkelanjutan dan berakar pada kesadaran religius yang kuat.

4.2.2 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah di Kota Malang. Nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa hubungan antara religiusitas dan minat bersifat signifikan secara statistik. Nilai koefisien regresi yang positif mengindikasikan bahwa peningkatan religiusitas berkorelasi dengan peningkatan minat terhadap penggunaan produk dan layanan perbankan syariah.

Temuan ini menjelaskan bahwa tingkat kedalaman pemahaman dan penghayatan terhadap nilai-nilai agama Islam turut memengaruhi keputusan individu dalam memilih lembaga keuangan. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung menunjukkan preferensi terhadap lembaga keuangan yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini mencerminkan adanya konsistensi antara keyakinan spiritual dengan perilaku ekonomi, yang diwujudkan dalam pemilihan sistem keuangan berbasis syariah.

Dalam teori perilaku konsumen, religiusitas termasuk dalam faktor nilai pribadi (personal values) yang memengaruhi keputusan konsumen, baik secara sadar maupun bawah sadar. Teori Value-Belief-Norm (VBN) menyatakan bahwa nilai yang dianut oleh individu memengaruhi keyakinan moral dan akhirnya membentuk norma perilaku. Keberpihakan terhadap bank syariah sebagai pilihan ekonomi merupakan hasil dari keyakinan bahwa penggunaan produk syariah adalah bagian dari tanggung jawab moral dan spiritual.

Namun demikian, hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan secara simultan ketika diuji bersama dengan variabel lainnya. Ketidaksignifikanan ini dapat dijelaskan oleh sifat religiusitas yang bersifat internal dan jangka panjang, yang tidak selalu langsung tercermin dalam perilaku finansial yang bersifat praktis dan kontekstual. Dalam hal ini, preferensi terhadap layanan keuangan syariah juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman rasional (literasi) dan faktor-faktor demografis yang lebih konkret. Meskipun demikian, teori *Value-Belief-Norm (VBN)* tetap relevan untuk menjelaskan bagaimana nilai dan keyakinan moral yang dianut seseorang membentuk norma pribadi yang mendorong preferensi terhadap sistem ekonomi Islam. Begitu pula, menurut Glock dan Stark (1965), dimensi religiusitas mencakup unsur keyakinan, ibadah, pengalaman, pengetahuan, dan pengamalan yang kesemuanya

membentuk orientasi spiritual individu. Oleh karena itu, meskipun religiusitas tidak terbukti signifikan secara simultan dalam model regresi, peranannya sebagai landasan nilai dan motivasi tetap penting dalam membentuk minat terhadap penggunaan layanan keuangan syariah.

Dalam ajaran Islam, religiusitas tidak hanya diwujudkan dalam praktik ibadah ritual, tetapi juga dalam implementasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari, termasuk aktivitas ekonomi. QS. Al-Baqarah: 275 menegaskan:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: “ Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Ayat tersebut menjadi landasan teologis yang kuat bahwa aktivitas ekonomi harus dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, tingkat religiusitas yang tinggi mendorong keterikatan terhadap sistem keuangan Islam, karena dipandang sebagai bentuk pelaksanaan akidah dan upaya menjauhkan diri dari praktik yang diharamkan dalam Islam.

Temuan ini juga mencerminkan karakteristik Generasi Z yang meskipun tumbuh di era digital dan modern, tetap menunjukkan kecenderungan terhadap nilai-nilai spiritual. Keberagamaan tidak hanya diekspresikan melalui aktivitas ibadah, tetapi juga dalam pola konsumsi, preferensi ekonomi, dan pilihan gaya hidup. Pemilihan bank syariah oleh individu dengan tingkat religiusitas tinggi

merupakan wujud dari kesadaran untuk menjalankan kehidupan finansial yang selaras dengan ajaran agama.

Dengan demikian, peningkatan religiusitas memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran dan minat terhadap penggunaan layanan perbankan syariah. Lembaga keuangan syariah dapat memperkuat hubungan dengan segmen ini melalui pendekatan nilai, edukasi spiritual, serta penguatan citra religius yang modern, profesional, dan dapat dipercaya. Upaya ini akan berkontribusi pada penguatan loyalitas konsumen sekaligus memperluas inklusi keuangan berbasis nilai-nilai Islam.

4.2.3 Pengaruh Karakteristik Demografi terhadap Minat Gen Z dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang

Berdasarkan hasil analisis regresi, variabel karakteristik demografi yang meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah di Kota Malang. Nilai signifikansi sebesar 0,045 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa secara statistik, karakteristik demografi turut berperan dalam membentuk minat terhadap penggunaan produk dan layanan perbankan syariah. Meskipun nilai koefisien regresi lebih kecil dibandingkan dengan variabel literasi keuangan syariah dan religiusitas, pengaruhnya tetap dianggap relevan dalam konteks perilaku ekonomi Generasi Z.

Karakteristik demografi berperan sebagai variabel eksternal yang membentuk kerangka berpikir, preferensi, serta kemampuan

dalam memahami dan merespons informasi keuangan. Individu dengan usia produktif, rentang 15–24 tahun, berada dalam fase aktif mencari identitas dan mulai mandiri secara finansial, sehingga lebih terbuka terhadap eksplorasi pilihan layanan keuangan. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan memahami konsep keuangan syariah secara rasional. Sementara itu, pendapatan memengaruhi daya beli dan akses terhadap produk perbankan, serta persepsi terhadap nilai dan manfaat suatu layanan.

Dalam teori perilaku konsumen, karakteristik demografi merupakan bagian dari faktor personal dalam model pengambilan keputusan (Kotler & Keller, 2016). Faktor ini tidak hanya memengaruhi kebutuhan dasar, tetapi juga membentuk preferensi serta pola konsumsi, termasuk dalam pemilihan lembaga keuangan. Model perilaku konsumen menyatakan bahwa karakter demografis berfungsi sebagai latar belakang yang menentukan cara individu menilai, menerima, dan bertindak terhadap informasi. Oleh karena itu, perbedaan usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan akan menghasilkan variasi dalam sikap dan minat terhadap bank syariah.

Dari perspektif Islam, prinsip keadilan dan kesetaraan dalam bermuamalah mengajarkan bahwa tidak ada perbedaan hak dan kewajiban dalam menjalankan perintah agama, termasuk dalam aspek ekonomi. Seluruh umat Islam memiliki tanggung jawab untuk

memilih sistem keuangan yang halal dan bebas dari unsur riba, tanpa memandang latar belakang sosial, usia, atau ekonomi. QS. Al-Hujurat ayat 13 menegaskan bahwa:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ

اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan perempuan. Kemudian, Kami menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku agar kamu saling mengenal. Sesungguhnya yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah adalah yang paling bertakwa.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa keunggulan seseorang tidak ditentukan oleh faktor demografis, melainkan oleh kualitas iman dan ketakwaan. Maka, pendekatan yang adil dan merata dalam penyampaian informasi serta layanan keuangan syariah merupakan bagian dari penerapan nilai-nilai Islam dalam sektor ekonomi.

Meskipun Islam menekankan kesetaraan dalam nilai, pendekatan dakwah dan strategi pemasaran tetap perlu mempertimbangkan perbedaan karakteristik demografi. Penyampaian informasi kepada kelompok usia muda memerlukan media yang cepat, visual, dan digital. Bagi kelompok berpendidikan tinggi, pendekatan berbasis rasional dan argumentatif lebih efektif. Sedangkan untuk kelompok dengan pendapatan rendah, penekanan pada manfaat praktis dan keberkahan dapat lebih menyentuh aspek spiritual dan sosial secara bersamaan.

Dengan memahami karakteristik demografi, lembaga perbankan syariah dapat merancang strategi layanan dan edukasi yang lebih

kontekstual dan personal. Penyesuaian tersebut diharapkan dapat meningkatkan inklusi keuangan syariah secara lebih luas dan mendalam, serta mendorong pertumbuhan industri perbankan syariah yang adil, partisipatif, dan berbasis nilai-nilai Islam.

4.3 Implikasi Penelitian

Penelitian ini memberikan sejumlah implikasi penting yang dapat dilihat dari tiga aspek, yaitu implikasi teoritis, implikasi praktis, dan implikasi dalam perspektif Islam. Temuan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi berpengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah menunjukkan bahwa perilaku ekonomi generasi muda tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kognitif dan demografis, tetapi juga oleh nilai-nilai spiritual yang diyakini.

4.3.1 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat relevansi model perilaku konsumen dan perilaku beragama dalam konteks ekonomi Islam. Temuan mengenai pengaruh positif literasi keuangan syariah terhadap minat mendukung kerangka Teori Planned Behavior (Ajzen, 1991), bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berperan dalam membentuk niat berperilaku. Demikian pula, pengaruh religiusitas sejalan dengan Teori Value-Belief-Norm (VBN), yang menekankan bahwa nilai dan keyakinan moral dapat membentuk norma dan perilaku yang konsisten.

Temuan mengenai pengaruh karakteristik demografi juga mendukung pemahaman bahwa latar belakang personal seperti usia, pendidikan, dan pendapatan tetap relevan sebagai determinan eksternal dalam proses pengambilan keputusan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memperluas kajian teoritis mengenai perilaku keuangan generasi muda Muslim serta memperkaya kajian perilaku ekonomi berbasis nilai dalam ilmu ekonomi Islam.

4.3.2 Implikasi Praktis

Dari sisi praktis, penelitian ini memberikan landasan penting bagi lembaga perbankan syariah untuk menyusun strategi peningkatan minat terhadap layanan syariah di kalangan Generasi Z. Temuan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan menunjukkan perlunya intensifikasi program edukasi keuangan berbasis syariah yang dikemas secara interaktif, mudah dipahami, dan relevan dengan gaya komunikasi generasi muda. Strategi ini dapat diwujudkan melalui integrasi literasi syariah dalam pendidikan formal, penggunaan media sosial, serta penyediaan konten digital oleh bank syariah.

Temuan mengenai religiusitas sebagai faktor yang berpengaruh signifikan menunjukkan bahwa nilai keagamaan memiliki peran besar dalam memengaruhi preferensi keuangan. Oleh karena itu, bank syariah dapat memperkuat citra religius yang profesional dan tepercaya, serta mengembangkan pendekatan nilai dalam pemasaran. Kepercayaan terhadap prinsip syariah dan

keberkahan ekonomi dapat dijadikan sebagai narasi utama dalam kampanye pemasaran dan edukasi konsumen.

Namun demikian, berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, variabel religiusitas tidak memberikan pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun religiusitas memiliki peran penting sebagai landasan moral dan motivasi spiritual, pengaruhnya dalam konteks pengambilan keputusan finansial cenderung kurang dominan ketika dibandingkan dengan variabel lain yang bersifat lebih praktis dan terukur, seperti literasi keuangan syariah dan karakteristik demografi. Oleh karena itu, dalam praktiknya, lembaga perbankan syariah perlu menyeimbangkan pendekatan berbasis nilai religius dengan strategi edukatif yang bersifat aplikatif, sehingga dapat menjangkau generasi muda secara lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan mereka.

Temuan mengenai pengaruh karakteristik demografi menunjukkan bahwa pendekatan yang bersifat generik kurang efektif dalam menjangkau seluruh segmen pasar. Lembaga keuangan syariah perlu menyesuaikan pendekatan komunikasi dan pelayanan berdasarkan segmen usia, tingkat pendidikan, dan kondisi ekonomi. Pemanfaatan media digital untuk segmen usia muda, pendekatan argumentatif dan edukatif untuk kelompok berpendidikan tinggi, serta penyederhanaan produk untuk kelompok pendapatan menengah ke

bawah dapat meningkatkan aksesibilitas dan keterlibatan masyarakat terhadap layanan bank syariah.

4.3.3 Implikasi dalam Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, penelitian ini menguatkan bahwa pilihan terhadap sistem keuangan syariah merupakan bagian dari pelaksanaan nilai-nilai agama dalam kehidupan ekonomi. Literasi terhadap keuangan syariah tidak hanya menjadi sarana memahami produk dan layanan keuangan, tetapi juga merupakan bagian dari fardhu kifayah dalam menjaga keberlangsungan sistem muamalah yang sesuai dengan syariat. Meningkatkan pemahaman tentang akad, larangan riba, serta etika transaksi menjadi bagian dari tanggung jawab kolektif dalam membangun ekonomi yang adil dan berkah.

Pengaruh religiusitas terhadap minat terhadap bank syariah mencerminkan pentingnya integrasi antara akidah dan praktik ekonomi. Ajaran Islam tidak memisahkan aspek spiritual dari aktivitas duniawi. Oleh karena itu, bank syariah tidak hanya menjadi lembaga keuangan, tetapi juga sarana dakwah ekonomi yang mengedukasi dan membimbing umat untuk menjalankan keuangan secara halal.

Selain itu, meskipun Islam menekankan kesetaraan dalam nilai, strategi dakwah dan pendekatan edukasi tetap perlu memperhatikan keberagaman karakteristik demografi. Islam memerintahkan penyampaian yang sesuai dengan kondisi audiens, sebagaimana prinsip *tabligh bil hikmah* (dakwah dengan

kebijaksanaan). Maka dari itu, strategi pengembangan perbankan syariah perlu dirancang dengan prinsip inklusivitas, keadilan, dan keberpihakan kepada nilai-nilai Islam yang universal dan rahmatan lil ‘alamin.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel bebas, yaitu literasi keuangan syariah, religiusitas, dan karakteristik demografi, terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah di Kota Malang. Adapun kesimpulan dari penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang. Pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip dasar keuangan syariah, termasuk larangan riba, konsep akad, serta pengetahuan terhadap produk-produk syariah seperti tabungan mudharabah dan pembiayaan murabahah, mendorong minat terhadap penggunaan layanan keuangan syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap sistem keuangan Islam.
2. Religiusitas juga berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang. Religiusitas yang tercermin dari komitmen individu terhadap ajaran Islam, baik dalam aspek keyakinan, ibadah, maupun pengamalan nilai-nilai muamalah, menjadi landasan moral yang mendorong pemilihan sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, religiusitas

berpengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z. Akan tetapi, ketika diuji secara simultan bersama variabel literasi keuangan syariah dan karakteristik demografi dalam model regresi linear berganda, religiusitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini dimungkinkan karena pengaruh religiusitas bersifat internal dan cenderung stabil, sehingga ketika dikombinasikan dengan variabel lain yang bersifat lebih praktis dan terukur, seperti tingkat pemahaman keuangan dan kondisi sosial ekonomi, pengaruhnya menjadi relatif tidak dominan dalam membentuk minat bertransaksi di bank syariah.

3. Karakteristik demografi berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam melakukan transaksi di Bank Syariah Kota Malang, meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil dibandingkan dengan dua variabel sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa latar belakang sosial dan ekonomi tetap menjadi faktor penting dalam membentuk variasi minat terhadap bank syariah, terutama dalam hal persepsi manfaat, akses informasi, dan kebiasaan konsumsi keuangan.
4. Secara simultan, ketiga variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap minat Generasi Z dalam melakukan Transaksi di Bank Syariah Kota Malang. Temuan ini mendukung pendekatan integratif dalam perilaku konsumen, di mana minat tidak hanya dibentuk oleh aspek pengetahuan dan nilai, tetapi juga oleh faktor situasional dan demografis.
5. Penelitian ini juga memberikan implikasi dalam perspektif Islam bahwa peningkatan pemahaman keuangan dan komitmen keagamaan menjadi

fondasi utama dalam pengembangan perilaku ekonomi yang sesuai dengan syariat. Literasi keuangan syariah dan religiusitas harus dikuatkan secara paralel agar kesadaran dan minat terhadap sistem keuangan Islam dapat tumbuh secara berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, terdapat beberapa saran yang ditujukan kepada berbagai pihak yang berkepentingan dalam pengembangan perbankan syariah, khususnya dalam menjangkau segmen Generasi Z di Kota Malang:

1. Bagi lembaga perbankan syariah, disarankan untuk lebih aktif dalam menyelenggarakan program literasi keuangan berbasis syariah yang disesuaikan dengan karakteristik generasi muda. Program edukasi ini perlu memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk meningkatkan daya jangkauan serta efektivitas penyampaian informasi.
2. Lembaga perbankan syariah disarankan untuk tetap mengadopsi pendekatan berbasis nilai-nilai Islam dalam strategi pemasaran dan komunikasi guna membangun kepercayaan nasabah, khususnya kelompok dengan tingkat religiusitas yang tinggi. Namun, pendekatan ini perlu diimbangi dengan strategi yang lebih aplikatif dan informatif, mengingat hasil regresi menunjukkan bahwa religiusitas bukan merupakan faktor dominan dalam model tersebut. Oleh karena itu, integrasi antara pesan religius dan edukasi mengenai manfaat, fitur, serta mekanisme produk bank syariah

menjadi penting agar strategi yang diterapkan lebih relevan dengan kebutuhan dan preferensi generasi muda saat ini.

3. Peningkatan inklusi keuangan syariah dapat dilakukan dengan pendekatan yang mempertimbangkan keragaman demografi. Produk dan layanan perlu disesuaikan berdasarkan segmentasi usia, pendidikan, dan pendapatan agar lebih responsif terhadap kebutuhan masing-masing kelompok.
4. Bagi lembaga pendidikan, penting untuk mengintegrasikan kurikulum keuangan syariah dalam mata pelajaran atau program pembinaan mahasiswa, terutama di tingkat perguruan tinggi, sebagai bagian dari pembentukan karakter ekonomi Islami sejak dini.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti digitalisasi layanan, persepsi risiko, dan pengaruh media terhadap minat bertransaksi syariah, guna memperkaya pemahaman terhadap perilaku ekonomi generasi muda dalam konteks keuangan Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kota Malang. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Malang (Jiwa), 2021-2023*. <https://malangkota.bps.go.id>
- Barafwala, N., & Mehta, A. (2023). Shariah-Compliant Finance: an Analysis of the Islamic Financial Services Industry. *International Journal of Management, Public Policy and Research*, 2(4), 88–94. <https://doi.org/10.55829/ijmpr.v2i4.195>
- Dimitriou, C. K., & AbouElgheit, E. (2019). Understanding generation Z's social decision-making in travel. *Tourism and Hospitality Management*, 25(2), 311–334. <https://doi.org/10.20867/thm.25.2.4>
- Fadillah, A. Z. (2021). Acceleration of Financial Technology Growth towards Inclusiveness of Unbankable Society in Achieving the Vision of the Islamic Banking Roadmap 2020-2025 (Case Study: Generation Z, Jabodetabek). *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 158. <https://doi.org/10.20473/aijief.v4i2.31434>
- Ilfita, K., & Canggih, C. (2021). The influence of Sharia Financial literacy, Religiosity, and perception of Saving Students' Interest in Sharia Banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 3(2), 113–134.
- Kaharuddin, K., Amrin, A., Nurdin, M. R., Sugiyarto, S., Su'ud, S., & Supriyanto, S. (2024). The Role of Islamic Financial Literacy and Local Wisdom in Decisions to Use Sharia Banking Products: A Systematic Literature Review. *Mimbar Agama Budaya*, 41(1), 61–79. <https://doi.org/10.15408/mimbar.v41i1.38602>
- Kusumawati, I. B., Fachrudin, A. D., Putri, R. I. I., Zulkardi, Z., Widadah, S., & Mubarak, M. K. (2022). Islamic Financial Literacy in Mathematics Education: Proposed Design for Instruction. *Proceedings of the Eighth Southeast Asia Design Research (SEA-DR) & the Second Science, Technology, Education, Arts, Culture, and Humanity (STEACH) International Conference (SEADR-STEACH 2021)*, 627, 129–134. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211229.021>
- Latiff, A. S. B. A. (2013). The need for an information system for the dissemination of knowledge on Islamic banking. *2013 5th International Conference on Information and Communication Technology for the Muslim World, ICT4M 2013, March 2013*. <https://doi.org/10.1109/ICT4M.2013.6518892>
- Mahlil, Yunita, P., Syafiudin, A., & Muftie, A. (2024). The Influence of Knowledge about Islamic Banking on Interest in Saving at Islamic Banks. *International*

- Economic and Finance Review*, 3(1), 68–87.
<https://doi.org/10.56897/iefr.v3i1.47>
- Mohammad Kamaludin. (2021). Malang City Urban Community's Perception towards Religion and Islamic Education. *Progresiva : Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 10(2), 87–98.
<https://doi.org/10.22219/progresiva.v10i2.18164>
- Mufidah, A., Istifadah, I., & Nurul Awaliyah, I. (2022). Sharia Financial Literacy In Personal Financial Planning. *International Social Sciences and Humanities*, 1(2), 198–203. <https://doi.org/10.32528/isssh.v1i2.174>
- Muharromah, G.L., Mustofa, Rahmawati, L. (2024). *GENERATION Z'S INTEREST IN USING SHARIA DIGITAL BANKS AS A FINANCIAL SERVICE IN THE ERA OF DISRUPTION*. 15(1), 30–48.
- Nurhayati, I., Endri, E., Riani, D., & Bimo, W. A. (2022). Community's Potential and Preferences for Islamic Banking: The Case of Indonesia. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 18, 1094–1105.
<https://doi.org/10.37394/232015.2022.18.104>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022. *Ojk.Go.Id*, Info terkini : Berita dan Kegiatan. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-K keuangan-Tahun-2022.aspx#:~:text=Hasil SNLIK 2022 menunjukkan indeks,2019 yaitu 76,19 persen.>
- Puteh, A., Sukiman, S., & Yafiz, M. (2021). the Effect of Religiosity on Customer Decisions in Choosing Islamic Banks With Attitudes and Trust As Intervening Variables in Lhokseumawe City. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 1(2), 455–460. <https://doi.org/10.54443/ijeabas.v1i2.361>
- Rahmawati, L., & Sri Rahayu, Y. (2024). *Factors influencing interest in saving at Islamic bank: A study on the merchants of Pasar Besar in Malang City*. 10(1), 287–306. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art16>
- Rohali, Y., Basri, Y. Z., Ismail, R., & Dwi Septian, R. A. (2022). Factors affecting the decision-making of Indonesian Sharia Banking companies. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*, 4(1), 13–25.
<https://doi.org/10.34306/ajri.v4i1.725>
- Roisul Adib. (2021). Preference of Santri in Increasing Interest of Saving at Sharia Bank in Malang Regency (Study at Islamic Boarding School of Annur Bululawang). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 9–14.
<https://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/iqtishodia/article/view/262%0Ahttps>

[://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/iqtishodia/article/download/262/428](http://ejournal.alqolam.ac.id/index.php/iqtishodia/article/download/262/428)

- Rohmayanti, S. A. A., Samsuri, A., & Fitrianto, A. R. (2021). Analisis Literasi Keuangan Syariah pada Pemberdayaan Ekonomi UMKM Binaan Bank Indonesia Kantor Wilayah Jawa Timur. *Muslim Heritage*, 6(2), 377–403. <https://doi.org/10.21154/muslimheritage.v6i2.3131>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno, D., Tjahjawan, I., Martodiryo, S., Anshary, A. H., Mulyono, Badrian, Indrariyani, E. A., & Suwondo, T. (2023). The influence of financial literacy, digital literacy, digital marketing, brand image and word of mouth on the z generation's interest in Islamic banks. *International Journal of Data and Network Science*, 7(4), 1975–1982. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.6.015>
- Thio, A., Agda, N., Diana, N., & Fakhriyyah, D. I. (2023). *MELALUI PEMBIAYAAN MURABAHAH (Studi Kasus BSI KCP Sutoyo Kota Malang)*. 396–409.
- Yusuf, M., Komarudin, P., Rahmani Abduh, M., Farhanah, S. A., & Nafisah, H. (2023). The Role of Islamic Banks in Indonesia: A Systematic Literature Review. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 16–35. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v7i1.36115>
- Yusuf, S. D., Mokoagow, M., Nur, M., & Rauf, S. (2023). Islamic Financial Characteristics and the Sustainability of Islamic Banking in Indonesia: Challenges and Opportunities. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 363–369. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2036>
- Zulfikar Hasan. (2023). The Value and Performance of Islamic Banking in Indonesia. *Iqtishadia*, 15(2), 191. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v15i2.16508>
- Zusryn, A. S., Rofi'i, M., & Gani, A. N. (2021). Islamic financial literacy program in Generation Z Islamic senior high school students. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(4), 541–551. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i4.5365>
- Abd. Rahim, A. R., Kadri, N., & Bakar, A. A. (2016). Financial Literacy and Its Impact on Financial Inclusion in Malaysia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(4), 130–139.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Dryden Press.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Chicago: Rand McNally.

- Kaweesa, Y., & Rosman, R. (2024). The Role of Islamic Financial Literacy Towards Adoption of Islamic Banking Products and Services: A Systematic Literature Review. *Islamic Economics Journal*, 5(1), 45–59.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing. *National Bureau of Economic Research Working Paper Series*.
- Mufidah, N., Fadilah, S., & Kaharuddin, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 12(2), 200–215.
- Nuraini, L., & Cheumar, A. (2023). Religiusitas dan Preferensi Gen Z dalam Memilih Bank Syariah. *Jurnal Studi Islam dan Ekonomi*, 4(1), 33–45.
- Rahmi, D. (2023). Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Faktor Demografi di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 58–66.
- Rehman, K., & Mia, M. A. (2024). Determinants of Financial Literacy: A Systematic Review and Future Research Directions. *International Journal of Financial Research*, 15(2), 23–38.
- Rohali, M., Hasanah, Q., & Sari, F. (2022). Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Keuangan Islam*, 6(1), 90–102.
- Yusuf, A., Kurniawan, R., & Fitriyah, M. (2023). Literasi Keuangan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Preferensi Bank Syariah. *Jurnal Perbankan Syariah*, 11(2), 120–138.
- Zusryn, D., Wahyuni, S., & Hamidah, L. (2021). Literasi Keuangan Syariah di Kalangan Mahasiswa: Hambatan dan Solusi. *Jurnal Ekonomi Syariah Nusantara*, 7(1), 77–88.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Stern, P. C., Dietz, T., Abel, T. D., Guagnano, G. A., & Kalof, L. (1999). A Value-Belief-Norm Theory of Support for Social Movements: The Case of Environmentalism. *Human Ecology Review*, 6(2), 81–97.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Fort Worth: Dryden Press.
- Ali, A., Rahman, M. S., & Bakar, A. (2015). What Makes Consumers Buy Green? Insights from a Study in the Emerging Economy of Bangladesh. *International Journal of Consumer Studies*, 39(6), 575–585. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12179>

- Yahia, I. B., & Salehi-Sangari, E. (2012). Demographic and Psychographic Factors Influencing the Adoption of Internet Banking in Tunisia. *Journal of High Technology Management Research*, 23(1), 1–7. <https://doi.org/10.1016/j.hitech.2012.03.003>
- Abdillah, L., Asnawi, N., & Yuliana, I. (2024). *Building a Customer Benefit Model Driven by Customer Satisfaction and Customer Loyalty Based on Digital Experience*. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.18860/ed.v12i1.18440>
- Muhammad, H., & Sari, N. P. (2024). *Customer Loyalty in Indonesian Sharia Banks: Integrating Financial Aspects, Fintech Applications, and the CARTER Model*. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 12(1), 15–29. <https://doi.org/10.18860/ed.v12i1.18453>
- Faizi, F., & Shuib, M. S. (2024). *Sharia Governance in Islamic Financial Institutions: A Comparative Review of Malaysia and Indonesia*. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 12(1), 30–42. <https://doi.org/10.18860/ed.v12i1.18445>
- Supriadi, I., Maghfiroh, R. U., & Abadi, R. (2024). *Decentralized Islamic Finance: Harnessing Blockchain Technology*. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 12(1), 43–56. <https://doi.org/10.18860/ed.v12i1.18452>
- Rizal, M. (2024). *Pengaruh Preferensi Agamis dan Preferensi Ekonomis dalam Berinvestasi Deposito Syariah di Kota Malang*. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 12(1), 57–70. <https://doi.org/10.18860/ed.v12i1.18444>
- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Djakfar, M. (2019). Religiusitas, lingkungan dan pembelian green product pada konsumen generasi Z. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 15(1), 57–70. <https://doi.org/10.19105/iqtishoduna.v15i1.2455>
- Djakfar, M. (2022). Literasi ekonomi syariah bagi UKM Pasuruan. *Fe.uin-malang.ac.id*. <https://fe.uin-malang.ac.id/literasi-ekonomi-syariah-bagi-ukm-pasuruan/>

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Literasi Keuangan Syariah (X1)

Responden	Literasi Keuangan Syariah (X1)								TX1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	2	3	3	3	4	4	3	3	25
3	2	2	3	2	4	3	3	3	22
4	4	3	4	3	3	4	4	3	28
5	3	2	4	3	4	4	3	3	26
6	3	2	3	3	3	3	3	3	23
7	2	2	2	2	2	2	3	3	18
8	2	3	4	3	3	4	4	4	27
9	3	4	3	4	4	4	4	4	30
10	4	3	4	4	4	4	3	4	30
11	3	4	4	3	4	4	3	4	29
12	3	4	3	3	4	4	3	3	27
13	2	2	3	3	4	3	4	3	24
14	2	2	2	2	3	4	4	3	22
15	3	3	3	3	4	3	3	3	25
16	4	4	3	4	4	4	3	4	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	32
18	3	4	3	3	4	4	3	3	27
19	3	4	3	2	4	4	3	4	27
20	2	3	3	3	4	4	3	3	25
21	3	2	1	1	4	4	4	4	23

22	3	2	2	3	4	4	3	3	24
23	4	4	4	4	4	4	4	3	31
24	3	4	3	2	4	4	4	4	28
25	2	3	3	3	4	3	3	3	24
26	3	3	3	3	4	3	3	3	25
27	4	3	4	4	3	3	4	4	29
28	2	2	3	3	2	4	3	3	22
29	4	4	3	3	4	4	4	4	30
30	3	3	4	2	4	3	3	2	24
31	3	3	3	3	4	3	4	4	27
32	3	3	3	3	4	3	3	2	24
33	3	4	3	2	4	4	3	3	26
34	3	3	3	3	4	3	3	3	25
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	2	2	3	3	4	4	2	2	22
37	4	3	4	4	4	3	4	3	29
38	3	3	3	3	4	3	3	3	25
39	2	3	3	3	4	2	2	2	21
40	4	4	3	3	4	4	4	4	30
41	3	2	3	3	4	4	4	4	27
42	2	3	3	3	4	3	3	3	24
43	3	2	3	2	4	4	3	3	24
44	2	2	2	2	4	3	3	3	21
45	2	2	3	2	2	2	2	3	18
46	2	2	4	3	4	4	3	4	26
47	3	4	4	3	4	4	3	4	29
48	4	3	4	3	3	3	3	3	26

49	3	2	4	4	4	4	3	3	27
50	3	3	4	4	1	3	3	4	25
51	1	1	2	2	4	3	3	3	19
52	2	2	3	2	3	2	3	2	19
53	3	3	4	4	4	3	3	3	27
54	3	3	4	4	4	4	4	4	30
55	2	3	2	3	2	2	3	3	20
56	3	3	3	2	3	3	3	3	23
57	4	3	4	4	3	3	4	4	29
58	2	2	4	3	3	3	4	4	25
59	3	2	3	3	4	3	3	3	24
60	1	2	2	2	4	3	1	1	16
61	2	2	3	3	3	3	4	3	23
62	3	3	3	3	4	3	3	3	25
63	3	3	3	3	4	3	4	4	27
64	3	3	4	3	4	3	3	3	26
65	2	3	3	2	4	4	4	4	26
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	3	3	3	3	4	4	3	3	26
68	2	2	2	2	1	1	1	1	12
69	3	3	3	3	4	3	3	3	25
70	2	3	3	4	4	4	4	4	28
71	3	3	3	3	4	3	3	3	25
72	4	3	3	3	4	3	3	3	26
73	3	3	3	3	4	3	3	3	25
74	4	4	3	3	4	3	3	4	28
75	3	3	2	2	3	3	3	3	22

76	3	2	3	3	4	3	3	3	24
77	4	3	3	3	4	4	3	3	27
78	4	4	3	4	3	4	4	3	29
79	3	3	3	3	3	3	3	3	24
80	3	3	3	3	3	4	2	2	23
81	3	3	3	3	3	3	3	3	24
82	3	4	3	4	4	4	4	4	30
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	3	4	3	3	4	3	2	3	25
85	2	2	2	2	4	2	3	3	20
86	3	3	4	4	4	3	3	3	27
87	3	3	2	2	3	3	4	4	24
88	3	3	3	2	3	3	3	3	23
89	3	3	3	3	3	3	3	3	24
90	2	3	3	2	4	3	3	3	23
91	3	2	3	3	4	3	3	3	24
92	3	3	3	3	4	3	3	3	25
93	3	3	3	3	4	3	3	3	25
94	2	2	3	2	4	3	3	3	22
95	2	2	3	3	4	3	3	3	23
96	3	3	3	3	4	4	3	4	27
97	3	3	3	3	4	4	3	3	26
98	4	4	4	3	4	4	3	3	29
99	3	3	4	3	4	4	4	4	29
100	3	3	3	1	3	4	4	4	25
101	4	3	3	4	4	3	4	4	29
102	3	2	3	3	4	4	2	2	23

103	3	3	3	3	3	3	2	2	22
104	3	3	3	3	4	4	2	3	25
105	3	3	4	4	4	4	3	3	28
106	4	4	3	4	3	4	4	4	30
107	4	4	4	4	4	4	4	4	32
108	3	3	2	3	3	3	3	3	23
109	3	3	2	2	3	3	3	3	22
110	4	3	4	3	4	4	3	3	28
111	1	1	2	3	4	2	3	3	19
112	3	2	2	2	3	3	3	3	21
113	4	4	3	4	4	3	2	4	28
114	2	3	2	3	4	4	2	3	23
115	4	4	3	3	3	3	3	3	26
116	4	3	3	3	4	4	4	4	29
117	3	4	4	3	4	4	4	4	30
118	4	3	4	3	3	4	4	3	28
119	3	4	3	4	3	3	3	4	27
120	3	2	3	3	4	3	2	2	22
121	4	4	3	3	4	4	3	4	29
122	3	3	3	4	4	4	4	3	28
123	3	3	3	3	3	3	3	3	24
124	4	4	4	4	4	4	4	4	32
125	4	4	3	4	4	4	4	4	31
126	4	4	4	3	4	3	4	4	30
127	3	4	2	1	3	4	3	2	22
128	4	4	4	4	4	4	3	3	30
129	4	3	4	3	4	4	4	4	30

130	3	3	3	3	4	4	4	3	27
131	2	2	2	1	2	2	2	2	15
132	4	4	3	3	4	3	3	3	27
133	4	4	4	4	4	4	4	4	32
134	4	4	4	4	4	4	4	4	32
135	3	3	3	3	4	4	3	4	27
136	3	4	4	3	4	4	3	3	28
137	3	3	3	3	4	4	3	3	26
138	3	3	3	3	3	3	4	4	26
139	3	3	3	2	2	2	2	2	19
140	4	3	3	3	4	3	3	3	26
141	3	3	3	2	4	4	3	4	26
142	3	3	3	3	3	3	3	3	24
143	3	3	3	2	4	3	3	3	24
144	3	4	3	4	3	3	4	3	27
145	4	4	4	4	4	4	4	4	32
146	3	3	4	4	4	3	4	4	29
147	4	4	4	3	4	3	4	4	30
148	3	3	3	4	4	3	4	4	28
149	3	3	3	3	3	3	3	3	24
150	2	3	3	3	4	4	4	4	27
151	3	3	3	3	4	4	4	4	28
152	3	3	2	2	3	2	3	3	21
153	2	2	3	3	3	3	4	4	24
154	2	2	2	2	2	2	2	2	16
155	4	4	3	3	4	3	3	4	28
156	3	3	3	2	1	2	1	1	16

157	3	3	3	3	3	3	3	3	24
158	4	2	3	2	4	1	2	2	20
159	3	3	2	3	4	3	3	3	24
160	3	3	3	4	4	4	4	4	29
161	3	2	3	2	4	4	3	4	25
162	3	3	3	3	3	4	4	4	27
163	4	3	4	4	4	4	4	4	31
164	4	4	1	3	3	4	1	2	22
165	1	3	3	3	4	3	3	4	24
166	4	4	4	4	4	4	3	3	30
167	3	4	3	3	3	3	3	3	25
168	3	3	3	4	4	4	4	4	29
169	3	3	3	3	3	3	3	3	24
170	4	4	4	3	3	3	3	3	27
171	3	3	3	4	4	4	4	3	28
172	4	3	3	3	4	4	4	4	29
173	3	3	4	4	4	4	4	4	30
174	3	3	4	3	4	4	3	3	27
175	3	3	3	3	4	4	4	4	28
176	2	3	2	2	4	3	4	4	24
177	3	3	3	4	4	4	4	3	28
178	3	3	3	3	4	4	3	3	26
179	4	3	4	3	4	4	4	4	30
180	3	3	3	3	4	4	4	4	28
181	4	4	4	4	4	4	4	4	32
182	3	3	2	3	2	3	3	3	22
183	3	4	3	3	4	4	3	3	27

184	3	2	3	3	4	3	4	3	25
185	3	3	3	3	4	4	4	3	27
186	3	2	3	3	4	3	3	3	24
187	4	3	4	3	3	3	3	4	27
188	3	3	3	3	3	3	3	3	24
189	4	4	4	4	4	4	4	4	32
190	3	3	3	3	4	4	4	4	28
191	2	2	3	3	3	3	3	3	22
192	3	4	4	4	4	4	4	4	31
193	4	3	3	3	4	3	3	4	27
194	3	3	4	3	4	4	4	4	29
195	3	3	3	3	3	3	3	3	24
196	3	3	3	3	4	4	3	4	27
197	3	1	3	3	4	3	3	3	23
198	2	2	4	2	4	4	4	3	25
199	4	4	3	2	4	4	4	4	29
200	4	3	3	4	4	4	4	3	29
201	3	3	2	2	3	3	3	3	22
202	3	3	3	4	3	3	3	3	25
203	4	4	4	4	4	4	4	4	32
204	3	3	3	3	4	4	4	4	28

Lampiran 2 Data Religiusitas (X2)

Responden	Religiusitas (X2)						TX2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	3	3	4	4	4	4	22
2	4	3	4	4	4	3	22
3	4	3	4	4	4	3	22
4	3	3	4	4	4	3	21
5	4	4	4	4	4	4	24
6	3	3	4	3	3	3	19
7	3	3	3	3	3	3	18
8	4	4	3	4	4	4	23
9	4	4	3	3	4	4	22
10	4	4	4	3	4	4	23
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	3	3	4	3	21
13	3	3	4	3	4	4	21
14	3	3	3	3	3	3	18
15	4	4	4	3	3	4	22
16	4	4	4	4	4	4	24
17	3	4	4	4	4	3	22
18	4	3	4	4	4	4	23
19	4	3	4	4	3	2	20
20	4	4	4	2	3	4	21
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	3	4	4	4	4	23
23	4	4	3	3	4	3	21
24	4	4	3	3	4	4	22

25	3	3	3	3	3	2	17
26	3	3	3	3	3	3	18
27	4	4	1	1	4	4	18
28	3	3	4	3	3	3	19
29	3	3	4	4	3	3	20
30	4	3	4	4	4	4	23
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	3	3	4	4	3	21
34	4	3	4	4	4	4	23
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	2	3	3	2	18
37	3	4	3	4	4	3	21
38	3	4	3	3	3	3	19
39	4	3	4	3	4	2	20
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	3	3	2	4	3	18
43	4	4	4	3	4	4	23
44	3	3	3	4	3	3	19
45	2	2	3	3	3	2	15
46	4	3	4	4	4	4	23
47	4	4	4	4	4	1	21
48	4	3	4	4	4	4	23
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	4	3	3	4	20
51	4	3	4	4	4	2	21

52	3	2	4	3	3	4	19
53	4	4	3	2	4	4	21
54	4	4	4	4	4	3	23
55	3	2	3	3	2	2	15
56	3	3	3	4	3	4	20
57	3	3	3	4	4	3	20
58	4	3	4	4	4	4	23
59	3	3	3	3	4	3	19
60	3	3	3	3	3	3	18
61	4	3	4	3	3	2	19
62	4	3	3	3	3	3	19
63	4	4	3	3	4	3	21
64	3	4	4	3	4	4	22
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	3	3	4	3	4	3	20
68	1	1	1	2	1	2	8
69	3	3	4	3	4	4	21
70	4	3	4	4	3	2	20
71	3	3	3	3	4	4	20
72	3	3	4	3	3	3	19
73	3	3	4	4	4	3	21
74	4	4	3	3	2	4	20
75	3	2	2	2	3	2	14
76	4	3	4	4	3	3	21
77	4	3	4	4	4	3	22
78	3	3	3	3	4	3	19

79	3	3	3	3	3	3	18
80	3	2	4	4	3	1	17
81	3	3	3	3	3	3	18
82	4	4	4	3	4	4	23
83	4	3	4	4	4	4	23
84	3	2	4	4	4	3	20
85	3	2	4	4	4	3	20
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	3	3	4	4	22
88	4	3	3	3	3	3	19
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	3	3	3	3	3	18
91	4	3	4	4	4	4	23
92	4	4	4	3	4	3	22
93	3	3	3	3	3	3	18
94	4	3	3	3	3	2	18
95	4	3	4	4	4	4	23
96	3	3	4	4	4	4	22
97	3	3	4	4	4	4	22
98	4	4	4	3	4	4	23
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	2	3	4	4	3	20
101	4	3	4	4	4	3	22
102	3	3	3	3	3	3	18
103	3	3	3	3	3	3	18
104	4	3	4	4	4	4	23
105	4	4	3	4	4	4	23

106	4	4	4	3	4	4	23
107	4	4	4	4	4	4	24
108	3	3	3	3	3	2	17
109	3	3	3	3	3	3	18
110	4	4	4	4	4	3	23
111	3	2	3	3	3	2	16
112	3	3	4	4	4	4	22
113	3	2	4	3	4	2	18
114	4	4	4	3	3	4	22
115	3	3	3	3	3	3	18
116	4	3	3	3	3	3	19
117	4	4	4	4	4	4	24
118	3	4	4	3	3	4	21
119	2	3	3	3	3	4	18
120	2	3	4	4	4	2	19
121	4	3	3	3	4	4	21
122	3	4	3	3	4	3	20
123	3	3	3	3	3	3	18
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	4	4	4	24
126	4	4	4	4	4	3	23
127	3	2	4	1	3	4	17
128	4	4	4	4	4	4	24
129	4	3	4	3	3	3	20
130	4	4	3	4	4	3	22
131	4	4	4	4	4	4	24
132	3	3	4	4	3	4	21

133	4	4	4	4	4	4	24
134	4	4	4	4	3	3	22
135	4	4	4	4	4	4	24
136	4	4	4	4	4	3	23
137	4	3	4	4	4	4	23
138	4	4	4	3	4	4	23
139	3	3	4	3	3	3	19
140	3	3	3	3	3	4	19
141	3	3	3	4	3	3	19
142	4	4	3	4	3	3	21
143	4	3	4	4	4	3	22
144	4	4	4	4	4	4	24
145	4	4	4	4	4	4	24
146	3	3	4	4	4	4	22
147	4	4	3	4	4	4	23
148	3	3	3	2	3	2	16
149	4	3	3	2	3	3	18
150	4	4	4	4	4	4	24
151	4	3	4	4	4	3	22
152	3	3	4	4	4	4	22
153	4	3	3	3	4	4	21
154	1	1	1	4	4	4	15
155	4	3	4	4	4	3	22
156	2	2	2	2	2	2	12
157	3	3	3	3	4	3	19
158	3	3	2	3	2	2	15
159	4	3	3	2	4	2	18

160	4	4	4	4	4	3	23
161	4	4	4	4	4	4	24
162	4	3	4	4	4	4	23
163	4	4	4	3	4	4	23
164	4	4	3	4	3	2	20
165	3	4	2	4	2	2	17
166	3	4	3	4	4	4	22
167	3	3	4	4	4	4	22
168	4	4	4	3	4	4	23
169	3	3	3	3	3	3	18
170	3	3	3	3	3	3	18
171	4	3	4	3	4	4	22
172	4	4	4	4	4	4	24
173	4	4	4	4	4	4	24
174	4	4	4	3	4	4	23
175	3	3	4	3	4	3	20
176	4	3	3	3	4	3	20
177	4	4	3	4	3	4	22
178	4	3	3	3	4	3	20
179	4	3	4	4	4	3	22
180	3	4	4	3	4	3	21
181	4	4	3	3	3	3	20
182	4	4	4	4	4	4	24
183	3	4	4	4	4	3	22
184	3	3	4	3	4	4	21
185	3	3	4	4	4	4	22
186	4	2	4	3	4	4	21

187	4	3	3	4	4	4	22
188	3	3	3	3	3	3	18
189	4	4	4	4	4	4	24
190	4	4	3	3	3	3	20
191	4	3	3	3	3	2	18
192	4	4	4	4	4	4	24
193	4	4	2	4	4	3	21
194	4	4	4	3	3	4	22
195	4	3	4	4	4	4	23
196	4	3	4	4	4	3	22
197	4	3	4	4	4	3	22
198	4	4	4	4	4	4	24
199	3	2	1	1	1	4	12
200	4	4	4	4	4	4	24
201	3	2	4	3	3	3	18
202	4	4	4	4	3	3	22
203	4	3	4	4	4	4	23
204	4	4	4	4	4	4	24

Lampiran 3 Data Karakteristik Demografi (X3)

Responden	Karakteristik Demografi (X3)								TX3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	
1	3	3	3	3	4	3	3	3	25
2	3	3	3	4	3	2	2	4	24
3	2	2	3	3	2	3	3	3	21
4	4	3	3	4	4	3	3	4	28
5	3	3	4	4	4	3	3	4	28
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	4	3	4	3	4	4	3	3	28
8	4	4	4	3	3	3	3	3	27
9	4	4	4	4	4	3	3	2	28
10	4	3	3	4	4	4	3	2	27
11	4	4	4	4	4	4	4	4	32
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	3	3	4	3	2	3	4	3	25
14	2	3	3	4	3	4	2	2	23
15	2	3	3	3	3	3	3	4	24
16	4	4	4	4	4	4	4	2	30
17	3	3	3	3	3	3	3	3	24
18	3	4	4	4	3	3	3	4	28
19	2	3	2	4	1	1	1	1	15
20	3	3	3	3	3	2	3	2	22
21	4	4	4	4	3	4	4	4	31
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	4	4	4	4	3	4	4	4	31
24	4	4	4	4	4	3	3	3	29

25	3	2	2	3	2	2	2	2	18
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	3	2	3	3	2	3	2	2	20
29	3	3	3	3	4	4	3	3	26
30	3	2	2	4	4	2	2	3	22
31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32	3	3	3	3	3	3	3	3	24
33	3	3	3	4	3	4	4	3	27
34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
36	3	2	2	3	4	1	2	2	19
37	3	4	3	3	4	4	4	3	28
38	3	4	3	3	3	3	3	3	25
39	2	2	2	4	2	2	2	2	18
40	4	4	4	4	4	4	1	1	26
41	4	4	4	4	3	4	3	4	30
42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
43	2	4	4	3	3	3	3	3	25
44	2	3	3	3	2	2	2	2	19
45	2	2	2	2	3	3	3	3	20
46	4	3	3	3	4	3	4	4	28
47	3	3	4	4	3	3	3	3	26
48	3	2	2	2	2	2	3	3	19
49	3	3	3	3	3	3	3	3	24
50	4	3	2	2	3	3	2	3	22
51	2	3	3	3	3	3	3	2	22

52	3	3	2	4	4	3	2	2	23
53	3	3	3	3	3	3	3	3	24
54	3	3	3	3	4	4	4	3	27
55	2	3	2	3	2	2	3	3	20
56	3	4	3	4	4	4	4	4	30
57	4	4	3	3	4	4	3	3	28
58	4	4	4	4	3	3	4	4	30
59	3	3	3	3	3	3	3	3	24
60	2	2	2	2	2	2	2	2	16
61	3	3	2	3	3	3	3	2	22
62	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	3	3	3	3	3	3	3	3	24
64	3	4	3	3	4	3	3	4	27
65	3	3	4	4	3	3	3	3	26
66	4	3	4	4	4	4	4	4	31
67	3	3	4	4	3	3	3	3	26
68	1	2	2	1	1	1	2	2	12
69	2	2	3	4	4	3	2	3	23
70	3	2	3	4	2	3	3	2	22
71	3	3	3	3	3	3	3	3	24
72	3	3	3	3	3	3	3	2	23
73	3	3	3	3	4	3	3	3	25
74	4	4	4	4	4	4	3	3	30
75	2	2	2	3	3	2	2	2	18
76	3	3	3	4	4	2	3	3	25
77	3	3	4	4	4	4	3	1	26
78	3	4	3	4	4	4	3	3	28

79	2	2	2	2	3	3	2	2	18
80	2	2	3	4	3	2	2	2	20
81	3	3	3	3	3	3	3	2	23
82	4	4	4	4	3	3	3	4	29
83	3	3	3	4	4	4	4	3	28
84	3	3	4	3	3	3	3	3	25
85	2	2	2	2	2	4	2	2	18
86	3	2	4	4	4	3	4	3	27
87	3	3	4	4	4	3	3	3	27
88	3	3	3	3	2	2	3	3	22
89	3	3	3	3	3	3	3	3	24
90	3	3	2	3	3	3	4	3	24
91	3	3	3	3	2	3	3	3	23
92	3	3	3	3	3	3	3	3	24
93	3	3	3	3	3	3	3	3	24
94	3	3	2	3	2	3	3	3	22
95	4	4	3	4	4	4	3	3	29
96	3	3	3	3	4	4	4	4	28
97	3	3	3	3	3	3	3	3	24
98	3	3	3	4	4	3	4	4	28
99	4	4	4	4	4	4	4	4	32
100	3	3	4	4	2	2	3	3	24
101	3	3	3	4	4	4	4	4	29
102	3	3	3	3	3	3	3	3	24
103	3	3	3	2	3	3	3	3	23
104	2	2	2	2	2	1	1	1	13
105	3	4	4	4	3	3	3	3	27

106	4	4	4	4	4	4	4	3	31
107	4	4	4	3	4	4	4	4	31
108	3	2	3	3	3	3	3	3	23
109	3	3	3	3	3	3	3	3	24
110	3	4	3	4	3	3	4	3	27
111	3	2	2	3	1	2	3	2	18
112	3	3	3	3	3	2	2	2	21
113	3	2	3	4	4	4	3	3	26
114	3	3	4	4	3	4	2	2	25
115	3	3	3	3	3	3	3	3	24
116	4	2	4	4	4	4	2	4	28
117	3	3	3	4	4	4	4	4	29
118	4	4	3	4	3	4	3	3	28
119	3	4	4	4	4	4	3	2	28
120	2	3	3	4	2	3	3	3	23
121	3	3	3	4	4	4	3	3	27
122	3	3	4	3	4	3	4	4	28
123	3	3	3	3	3	3	3	3	24
124	3	3	4	4	4	4	4	4	30
125	4	3	3	4	4	4	4	3	29
126	3	3	3	4	3	4	4	3	27
127	1	3	2	3	3	2	4	4	22
128	4	4	4	4	4	4	4	4	32
129	3	3	3	4	4	3	3	3	26
130	3	4	3	4	4	3	3	3	27
131	4	4	4	4	4	4	4	4	32
132	4	3	4	3	3	4	3	4	28

133	3	4	4	3	4	4	3	3	28
134	4	3	4	4	4	3	3	4	29
135	3	3	3	3	4	4	4	4	28
136	3	3	3	4	3	4	3	3	26
137	3	3	3	3	2	2	3	2	21
138	3	4	4	4	4	4	4	4	31
139	3	3	3	3	2	3	3	3	23
140	3	3	3	4	4	3	3	3	26
141	2	4	4	4	4	2	4	3	27
142	3	3	4	3	3	3	3	3	25
143	3	3	3	3	3	3	3	3	24
144	4	3	4	3	4	4	4	4	30
145	4	4	4	4	4	4	4	4	32
146	4	3	3	3	3	3	3	3	25
147	3	4	4	4	3	3	3	3	27
148	3	3	3	3	3	3	4	3	25
149	3	3	3	3	3	3	3	3	24
150	3	3	3	3	3	3	3	3	24
151	3	3	3	3	3	3	3	2	23
152	2	3	3	3	3	3	3	3	23
153	3	3	3	4	3	3	3	3	25
154	1	1	2	3	4	4	3	3	21
155	3	3	3	4	3	3	3	2	24
156	3	3	3	3	3	3	3	3	24
157	3	3	3	4	2	3	2	2	22
158	4	2	3	2	3	3	2	4	23
159	3	2	2	4	3	3	4	3	24

160	4	3	4	4	4	4	4	4	31
161	3	3	3	4	3	3	3	3	25
162	3	3	4	4	4	4	3	3	28
163	4	4	4	4	4	3	3	4	30
164	4	3	3	4	3	3	3	3	26
165	4	3	3	3	4	4	3	3	27
166	4	3	4	3	4	4	4	4	30
167	3	3	4	4	4	2	2	2	24
168	3	3	3	3	3	3	3	2	23
169	3	3	3	3	3	3	3	3	24
170	3	3	3	3	3	3	3	3	24
171	3	3	3	4	3	4	3	3	26
172	4	3	3	4	4	4	4	4	30
173	3	3	4	4	4	4	4	4	30
174	3	4	4	3	4	3	3	4	28
175	3	3	3	3	4	3	3	3	25
176	3	3	3	4	3	4	4	4	28
177	4	4	3	4	4	3	3	3	28
178	3	3	3	3	3	3	3	3	24
179	4	4	4	4	4	4	4	4	32
180	3	3	3	3	3	3	3	3	24
181	4	4	4	4	3	3	3	4	29
182	3	3	4	3	3	3	2	2	23
183	3	3	3	3	4	4	4	4	28
184	3	3	3	4	3	3	2	4	25
185	3	3	3	3	3	3	4	3	25
186	3	2	3	4	3	3	3	3	24

187	4	4	3	3	3	3	4	3	27
188	4	3	3	3	3	3	3	3	25
189	3	3	3	4	4	4	3	3	27
190	3	3	3	3	3	3	3	3	24
191	3	2	3	3	3	3	3	3	23
192	4	4	4	4	3	3	4	2	28
193	3	4	2	3	4	4	4	4	28
194	4	3	4	4	4	3	4	4	30
195	3	3	3	3	3	3	3	2	23
196	3	3	4	4	4	2	4	4	28
197	3	3	3	4	3	3	3	3	25
198	2	4	4	4	4	4	1	1	24
199	3	1	2	2	3	4	2	2	19
200	4	4	4	4	4	3	3	3	29
201	3	3	3	3	3	3	3	3	24
202	3	3	4	3	2	3	3	3	24
203	4	3	2	2	2	2	1	2	18
204	4	3	3	3	3	4	1	1	22

Lampiran 4 Data Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Y)

Responden	Minat (Y)						TY
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	2	3	3	3	3	3	17
3	3	3	2	2	3	3	16
4	3	3	4	4	3	3	20
5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	3	3	3	4	19
7	2	2	2	2	2	2	12
8	3	3	4	3	4	4	21
9	4	3	4	3	4	4	22
10	3	3	3	3	4	4	20
11	2	1	2	3	4	2	14
12	3	3	2	3	3	3	17
13	4	2	2	2	3	3	16
14	2	3	4	4	3	3	19
15	3	3	3	3	3	3	18
16	4	4	4	3	3	3	21
17	4	2	4	4	3	3	20
18	3	3	3	3	4	4	20
19	3	2	3	2	3	3	16
20	4	4	4	3	3	3	21
21	3	4	4	3	4	3	21
22	2	2	3	3	2	3	15
23	4	4	4	4	4	4	24

24	3	3	3	3	3	3	18
25	1	1	2	2	2	2	10
26	1	3	3	3	3	3	16
27	1	4	4	1	4	4	18
28	2	2	2	3	2	2	13
29	4	4	3	3	4	4	22
30	3	3	4	4	3	3	20
31	3	3	4	3	4	3	20
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	2	4	4	4	20
34	3	3	3	3	4	4	20
35	4	4	4	4	4	3	23
36	2	2	3	1	2	2	12
37	2	2	2	3	3	4	16
38	3	3	3	3	3	3	18
39	2	2	2	2	2	2	12
40	3	3	3	2	3	3	17
41	3	3	3	3	3	3	18
42	2	3	3	3	3	3	17
43	1	4	4	4	3	3	19
44	3	3	3	2	1	2	14
45	3	3	2	3	3	3	17
46	2	2	3	3	3	3	16
47	3	3	3	3	3	3	18
48	3	3	3	1	3	2	15
49	3	2	3	2	3	2	15
50	2	2	3	4	3	3	17

51	3	3	2	2	2	2	14
52	4	3	4	3	3	4	21
53	2	3	3	3	3	3	17
54	3	3	3	4	3	3	19
55	2	3	3	3	2	2	15
56	3	4	4	4	4	4	23
57	3	3	3	4	4	4	21
58	3	3	4	4	3	3	20
59	3	3	3	3	3	3	18
60	1	1	1	2	1	1	7
61	3	3	3	2	3	2	16
62	3	3	3	3	3	3	18
63	4	2	3	3	3	3	18
64	3	3	3	3	4	4	20
65	2	3	3	3	3	3	17
66	3	3	4	4	4	4	22
67	3	3	3	3	3	3	18
68	2	3	3	2	1	2	13
69	3	2	3	3	2	2	15
70	3	2	3	2	3	3	16
71	3	3	3	3	3	3	18
72	3	3	3	3	3	3	18
73	3	3	2	3	3	3	17
74	4	4	4	4	4	3	23
75	2	2	2	2	2	2	12
76	3	3	2	3	1	2	14
77	3	3	3	3	3	3	18

78	3	2	3	4	4	4	20
79	1	1	1	3	2	3	11
80	1	2	3	2	2	2	12
81	3	3	3	3	3	3	18
82	4	4	4	4	4	4	24
83	3	3	4	4	3	4	21
84	2	2	2	4	3	2	15
85	2	2	2	2	2	2	12
86	4	4	3	4	4	4	23
87	3	3	3	3	3	2	17
88	2	2	2	2	3	3	14
89	3	3	3	3	4	4	20
90	3	2	3	2	3	3	16
91	2	3	3	3	3	3	17
92	2	3	3	2	3	3	16
93	3	2	3	3	3	3	17
94	1	2	2	3	1	2	11
95	2	4	2	4	3	3	18
96	4	4	4	4	4	4	24
97	3	3	3	3	3	3	18
98	3	3	4	4	4	4	22
99	3	4	3	2	3	3	18
100	3	3	1	2	3	3	15
101	3	3	3	3	4	4	20
102	3	3	3	2	3	3	17
103	3	3	3	3	2	2	16
104	1	1	1	1	1	1	6

105	3	3	4	3	4	3	20
106	3	3	4	4	2	3	19
107	4	4	4	4	4	4	24
108	3	3	3	3	3	3	18
109	2	2	2	3	3	3	15
110	2	3	4	3	2	3	17
111	2	2	2	2	2	2	12
112	3	3	3	2	2	2	15
113	3	1	2	3	3	3	15
114	4	4	3	4	3	4	22
115	1	2	2	2	2	2	11
116	2	4	3	3	3	3	18
117	3	3	4	3	4	2	19
118	3	3	4	4	3	4	21
119	4	4	3	3	3	3	20
120	3	2	2	3	2	2	14
121	4	4	3	4	4	4	23
122	3	3	3	4	3	3	19
123	2	2	2	3	3	3	15
124	3	3	3	3	3	3	18
125	3	3	3	3	3	3	18
126	3	3	4	3	4	4	21
127	4	4	2	3	1	3	17
128	4	4	4	4	4	4	24
129	2	2	3	3	3	3	16
130	3	3	3	4	3	3	19
131	4	4	4	4	4	4	24

132	4	4	3	3	4	3	21
133	3	3	3	4	4	4	21
134	4	4	3	3	3	3	20
135	4	4	4	4	4	4	24
136	2	3	3	2	3	3	16
137	3	3	3	4	2	2	17
138	3	3	3	3	3	3	18
139	3	3	3	3	3	2	17
140	3	3	2	2	2	3	15
141	2	2	2	1	1	2	10
142	2	2	3	2	2	2	13
143	2	2	3	2	3	3	15
144	3	4	3	3	4	4	21
145	4	3	3	4	4	4	22
146	3	3	3	4	4	4	21
147	3	4	4	4	4	3	22
148	4	4	4	4	3	3	22
149	3	3	3	3	3	3	18
150	3	3	3	3	3	3	18
151	3	2	2	3	3	3	16
152	2	2	3	3	1	2	13
153	3	3	3	3	3	3	18
154	2	2	2	1	2	2	11
155	3	3	3	3	3	3	18
156	3	2	2	2	1	2	12
157	2	2	2	2	3	3	14
158	3	2	3	4	2	3	17

159	3	3	4	4	2	2	18
160	3	4	4	4	4	4	23
161	4	3	3	3	3	2	18
162	4	4	4	4	3	4	23
163	4	4	4	4	4	4	24
164	3	3	4	3	4	3	20
165	3	4	3	4	3	4	21
166	3	4	3	4	4	4	22
167	3	3	2	3	4	3	18
168	3	3	3	3	3	4	19
169	3	3	4	4	4	4	22
170	3	4	4	4	3	3	21
171	3	3	4	4	4	3	21
172	3	4	3	4	4	4	22
173	4	4	4	4	4	4	24
174	4	4	4	4	4	3	23
175	3	3	3	3	4	4	20
176	3	3	3	2	3	2	16
177	4	4	4	3	4	4	23
178	3	3	3	3	3	3	18
179	3	3	4	4	3	3	20
180	3	3	3	3	3	3	18
181	2	2	2	3	3	3	15
182	3	3	3	3	3	3	18
183	3	3	3	4	3	3	19
184	4	3	2	2	3	3	17
185	3	3	3	3	3	3	18

186	1	2	3	3	3	3	15
187	3	4	2	2	2	2	15
188	3	3	3	3	3	3	18
189	3	3	3	3	4	3	19
190	3	4	3	4	3	3	20
191	3	3	3	3	3	3	18
192	4	4	4	4	4	4	24
193	2	3	4	4	3	4	20
194	4	4	4	4	4	4	24
195	2	3	3	3	3	3	17
196	4	3	3	2	4	2	18
197	2	2	2	3	3	3	15
198	2	2	4	3	3	1	15
199	1	1	1	4	1	1	9
200	4	4	4	4	3	4	23
201	2	3	3	3	3	3	17
202	3	3	3	3	3	3	18
203	2	2	2	2	3	2	13
204	3	3	3	3	3	3	18

Literasi Keuangan Syariah

Correlations

[illegible]

X1.5	Pearson Correlation	.168*	.156*	.262**	.260**	1	.486**	.316**	.344**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.017	.026	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204	204	204
X1.6	Pearson Correlation	.309**	.381**	.349**	.339**	.486**	1	.467**	.476**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204	204	204
X1.7	Pearson Correlation	.273**	.240**	.365**	.361**	.316**	.467**	1	.734**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204	204	204
X1.8	Pearson Correlation	.317**	.358**	.353**	.368**	.344**	.476**	.734**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	204	204	204	204	204	204	204	204	204
Literasikeuang ansyariah	Pearson Correlation	.669**	.659**	.674**	.694**	.544**	.702**	.696**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	204	204	204	204	204	204	204	204	204

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

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

Religiusitas

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Religiusitas
X2.1	Pearson Correlation	1	.587**	.397**	.297**	.435**	.290**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
X2.2	Pearson Correlation	.587**	1	.270**	.257**	.360**	.361**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
X2.3	Pearson Correlation	.397**	.270**	1	.501**	.519**	.321**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
X2.4	Pearson Correlation	.297**	.257**	.501**	1	.479**	.200**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.004	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
X2.5	Pearson Correlation	.435**	.360**	.519**	.479**	1	.429**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
X2.6	Pearson Correlation	.290**	.361**	.321**	.200**	.429**	1	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000		.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
Religiusitas	Pearson Correlation	.707**	.679**	.722**	.655**	.764**	.643**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	204	204	204	204	204	204	204

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

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

Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Minat
Y.1	Pearson Correlation	1	.612**	.456**	.382**	.480**	.465**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
Y.2	Pearson Correlation	.612**	1	.595**	.440**	.502**	.543**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
Y.3	Pearson Correlation	.456**	.595**	1	.509**	.524**	.477**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
Y.4	Pearson Correlation	.382**	.440**	.509**	1	.444**	.527**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
Y.5	Pearson Correlation	.480**	.502**	.524**	.444**	1	.723**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
Y.6	Pearson Correlation	.465**	.543**	.477**	.527**	.723**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	204	204	204	204	204	204	204
Minat	Pearson Correlation	.738**	.798**	.768**	.715**	.797**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	204	204	204	204	204	204	204

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

Uji Reliabilitas

Literasi Keuangan Syariah (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	8

Religiusitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.781	6

Karakteristik Demografi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	8

Minat Melakukan Transaksi di Bank Syariah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	6

Uji Normalitas

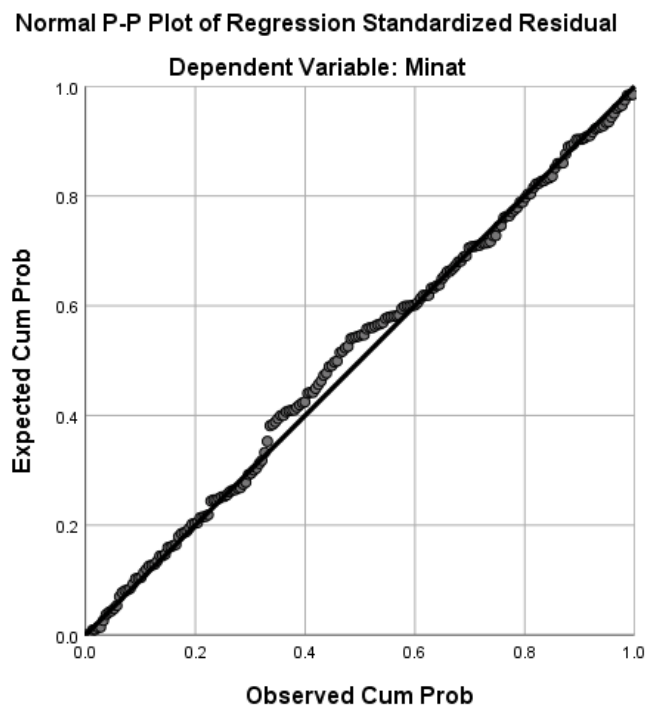
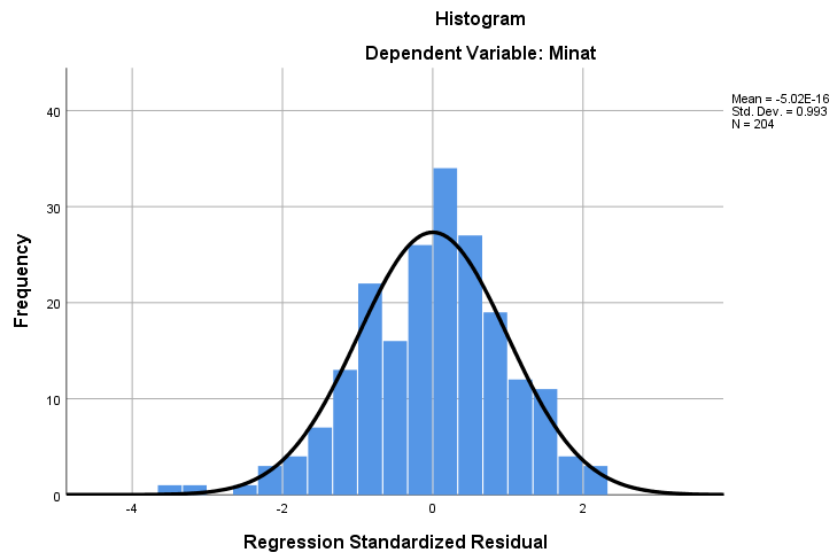
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		204
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.50526146
Most Extreme Differences	Absolute	.060
	Positive	.022
	Negative	-.060
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



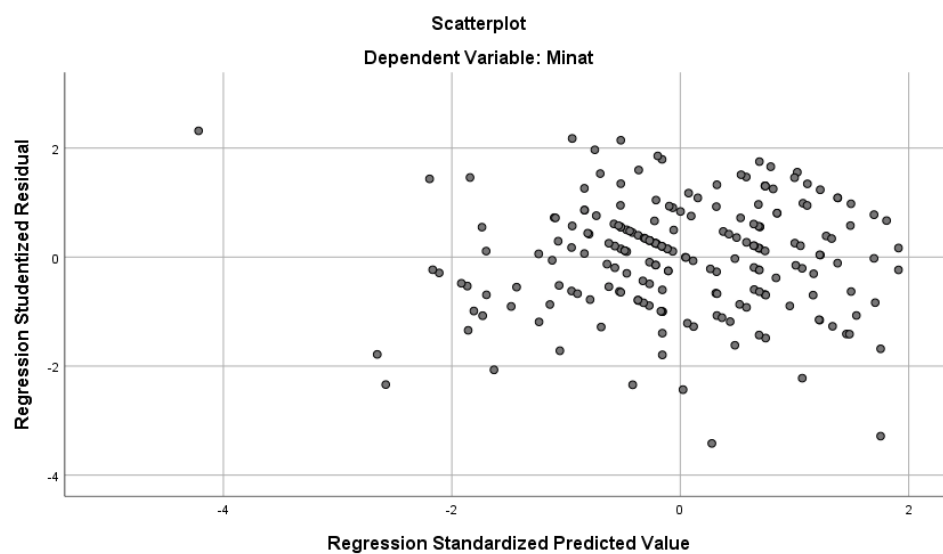
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.280	1.553		-.824	.411		
	Literasi Keuangan Syariah	.128	.064	.132	1.987	.048	.577	1.732
	Religiusitas	.122	.084	.093	1.447	.149	.617	1.621
	Karakteristik Demografi	.526	.061	.557	8.560	.000	.604	1.657

a. Dependent Variable: Minat

Uji Heteroskedastisitas



Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.280	1.553		-.824	.411
Literasi Keuangan Syariah	.128	.064	.132	1.987	.048
Religiusitas	.122	.084	.093	1.447	.149
Karakteristik Demografi	.526	.061	.557	8.560	.000

a. Dependent Variable: Minat

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.262	1.535		3.429	.001
Literasi Keuangan Syariah	.489	.059	.505	8.313	.000

a. Dependent Variable: Minat

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.181	1.717		3.017	.003
Religiusitas	.610	.082	.465	7.464	.000

a. Dependent Variable: Minat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.559	1.245		1.252	.212
	Karakteristik Demografi	.645	.049	.682	13.266	.000

a. Dependent Variable: Minat

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.700 ^a	.490	.482	2.52398

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Demografi, Religiusitas, Literasi

Keuangan Syariah

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1222.742	3	407.581	63.980	.000 ^b
	Residual	1274.096	200	6.370		
	Total	2496.838	203			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Karakteristik Demografi, Religiusitas, Literasi Keuangan Syariah

Lampiran 6 Tabel-t dan Tabel-r

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
156	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608	0,054	0,102	0,131	0,156	0,185	0,204
157	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,608	0,054	0,102	0,131	0,156	0,184	0,204
158	0,676	1,287	1,655	1,975	2,350	2,607	0,054	0,102	0,131	0,155	0,184	0,203
159	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,054	0,102	0,130	0,155	0,183	0,202
160	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,130	0,154	0,183	0,202
161	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,129	0,154	0,182	0,201
162	0,676	1,287	1,654	1,975	2,350	2,607	0,053	0,101	0,129	0,153	0,182	0,201
163	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,153	0,181	0,200
164	0,676	1,287	1,654	1,975	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,152	0,180	0,199
165	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,053	0,100	0,128	0,152	0,180	0,199
166	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,052	0,099	0,127	0,151	0,179	0,198
167	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,606	0,052	0,099	0,127	0,151	0,179	0,198
168	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605	0,052	0,099	0,127	0,151	0,178	0,197
169	0,676	1,287	1,654	1,974	2,349	2,605	0,052	0,098	0,126	0,150	0,178	0,196
170	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605	0,052	0,098	0,126	0,150	0,177	0,196
171	0,676	1,287	1,654	1,974	2,348	2,605	0,052	0,098	0,125	0,149	0,177	0,195
172	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605	0,051	0,098	0,125	0,149	0,176	0,195
173	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,605	0,051	0,097	0,125	0,148	0,176	0,194
174	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,148	0,175	0,194
175	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,148	0,175	0,193
176	0,676	1,286	1,654	1,974	2,348	2,604	0,051	0,097	0,124	0,147	0,174	0,193
177	0,676	1,286	1,654	1,973	2,348	2,604	0,051	0,096	0,123	0,147	0,174	0,192
178	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604	0,051	0,096	0,123	0,146	0,173	0,192
179	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,604	0,050	0,096	0,123	0,146	0,173	0,191
180	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,146	0,172	0,190
181	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,145	0,172	0,190
182	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,122	0,145	0,171	0,189
183	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,095	0,121	0,144	0,171	0,189
184	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,094	0,121	0,144	0,170	0,188
185	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,050	0,094	0,121	0,144	0,170	0,188
186	0,676	1,286	1,653	1,973	2,347	2,603	0,049	0,094	0,120	0,143	0,170	0,187
187	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,094	0,120	0,143	0,169	0,187
188	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,120	0,142	0,169	0,186
189	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,142	0,168	0,186
190	0,676	1,286	1,653	1,973	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,142	0,168	0,185
191	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,093	0,119	0,141	0,167	0,185
192	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,092	0,118	0,141	0,167	0,185
193	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,602	0,049	0,092	0,118	0,141	0,166	0,184
194	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,092	0,118	0,140	0,166	0,184
195	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,092	0,118	0,140	0,166	0,183
196	0,676	1,286	1,653	1,972	2,346	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,165	0,183
197	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,165	0,182
198	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,117	0,139	0,164	0,182
199	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181
200	0,676	1,286	1,653	1,972	2,345	2,601	0,048	0,091	0,116	0,138	0,164	0,181
201	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,601	0,048	0,090	0,116	0,138	0,163	0,180
202	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,163	0,180
203	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,162	0,180
204	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,090	0,115	0,137	0,162	0,179
205	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,089	0,115	0,136	0,162	0,179
206	0,676	1,286	1,652	1,972	2,345	2,600	0,047	0,089	0,114	0,136	0,161	0,178
207	0,676	1,286	1,652	1,971	2,344	2,600	0,047	0,089	0,114	0,136	0,161	0,178

Lampiran 8 Bukti Konsultasi Pembimbing



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

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210503110022
Nama : Nur Istianah
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI TERHADAP MINAT GEN Z DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA MALANG

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	10 Desember 2024	Revisi Bab 1 bagian latar belakang, Bab 2 menambah bahasan kajian teoritis dan menambah keterangan pada kerangka konseptual. Bab 3 revisi bagian jenis dan pendekatan, menambah alasan memilih lokasi dan objek penelitian sesuai data, revisi penentuan sampel, menambah tabel DOV, revisi analisis data	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	3 Januari 2025	Menambah pembahasan di latar belakang terkait alasan pemilihan objek dan lokasi penelitian disertakan data, mengubah jumlah sampel, memperbaiki penulisan	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	7 Januari 2025	Revisi latar belakang, lokasi dan objek penelitian, sampel	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	8 Januari 2025	Perbaikan tanda penulisan sitasi, penempatan nomor halaman, perbaikan tabel definisi operasional variabel	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	17 Februari 2025	Instrumen Penelitian	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	28 Februari 2025	Pembagian sampel dan instrumen penelitian	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	4 Mei 2025	Bimbingan hasil penelitian	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	4 Juni 2025	Bimbingan seminar hasil skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 4 Juni 2025
Dosen Pembimbing



Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M

Lampiran 9 Surat Keterangan Bebas Plagiarism



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 : Fitriyah, MM
NIP : 197609242008012012
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Nur Istianah
NIM : 210503110022
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI TERHADAP MINAT GEN Z DALAM MELAKUKAN TRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA MALANG**

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
24%	23%	17%	13%

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

Malang, 20 Juni 2025
UP2M



Fitriyah, MM

Lampiran 10 Persentase Plagiarism

ORIGINALITY REPORT			
13%	12%	9%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%	
2	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%	
3	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	1%	
4	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%	
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%	
6	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%	
7	dspace.uir.ac.id Internet Source	<1%	
8	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1%	
9	repository.uksw.edu Internet Source	<1%	
10	positori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%	
11	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1%	
12	repository.metrouniv.ac.id Internet Source	<1%	
13	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	<1%	

Lampiran 11 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Nur Istianah
 Tempat, tanggal lahir : Bima, 20 Agustus 2003
 Alamat Asal : Jl. Pelabuhan Sape, Kabupaten Bima,
 Nusa Tenggara Barat
 Alamat Kos : Jl. Sunan Kalijaga Dalam V No. A11,
 Malang
 Telepon/HP : 087861655266
 E-mail : nuristiana0043@gmail.com

Pendidikan Formal

2009-2010 : TK Bunga Ros
 2010-2015 : SDN Inpres 1 Naru
 2015-2018 : MTsN 2 Bima
 2018-2021 : MAN 2 Kota Bima
 2021-2025 : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas
 Ekonomi Universitas Islam Negeri
 Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2021-2022 : Ma'had Sunan Ampel Al-'Ali UIN
 Malang
 2021-2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa
 Arab (PKPBA) UIN Malang
 2022-2023 : English Language Center (ELC)

Pengalaman Organisasi

- Anggota Hai'ah Tahfizh Al-Qur'an (HTQ) UIN Malang tahun 2022
- Anggota PK IPNU IPPNU UIN Malang tahun 2022
- Ketua Bidang Minat dan Bakat Himpunan Mahasiswa Bima (HMB) UIN Malang tahun 2024