

Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Sumber Daya Manusia Terhadap Minat Menabung Gen Z pada Bank Syariah

Alvaro Wisnu Zaraneta, Lintang Kurniawati

Universitas Muhammadiyah Surakarta

b200220204@student.ums.ac.id, lk123@ums.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy, information technology, trust, and human resources on Generation Z's saving interest in Islamic banks. The research employs a quantitative approach using a survey method. Primary data were collected through questionnaires distributed to Generation Z respondents in Surakarta City and analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that financial literacy and trust have a significant partial effect on Generation Z's saving interest in Islamic banks. Meanwhile, information technology and human resources do not show a significant partial effect. However, simultaneously, financial literacy, information technology, trust, and human resources significantly influence Generation Z's saving interest in Islamic banks. These findings suggest that improving Islamic financial literacy and strengthening trust among Generation Z are key factors in increasing saving interest in Islamic banking. This study is expected to provide insights for Islamic banks in formulating strategies to enhance financial inclusion and market penetration among younger generations.

Keywords: *Financial Literacy, Information Technology, Trust, Human Resources, Saving Interest, Generation Z, Islamic Banking.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, teknologi informasi, kepercayaan, dan sumber daya manusia terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden Generasi Z di Kota Surakarta yang kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah. Sementara itu, teknologi informasi dan sumber daya manusia tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Namun, secara simultan literasi keuangan, teknologi informasi, kepercayaan, dan sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah dan penguatan kepercayaan masyarakat, khususnya Generasi Z, merupakan faktor kunci dalam mendorong minat menabung di bank syariah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perbankan syariah dalam merumuskan strategi peningkatan inklusi dan penetrasi pasar di kalangan generasi muda.

Kata kunci: *Literasi Keuangan, Teknologi Informasi, Kepercayaan, Sumber Daya Manusia, Minat Menabung, Generasi Z, Bank Syariah.*

PENDAHULUAN

Dalam era revolusi industri 4.0, yang ditandai dengan kemajuan pesat dalam teknologi dan informasi, perkembangan ekonomi juga mengalami percepatan yang signifikan. Salah satunya pada sektor keuangan syariah memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan ekonomi di Indonesia. Menurut CNBC Indonesia, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak kedua di dunia, dengan total populasi mencapai 236 juta jiwa. Hal ini memberikan potensi besar bagi pengembangan industri keuangan syariah, terutama bank syariah. Meskipun perbankan syariah memiliki peluang yang besar, penetrasinya di pasar masih jauh dari optimal, terutama di kalangan generasi muda, khususnya Generasi Z. Generasi ini diharapkan dapat menjadi penggerak utama ekonomi di masa depan, sehingga penting untuk meningkatkan partisipasi mereka dalam sektor perbankan syariah.

Kehadiran Generasi Z dianggap krusial bagi digitalisasi perbankan syariah, menjadikannya pasar yang sangat menjanjikan. Kehidupan sehari-hari Generasi Z yang tidak terlepas dari internet membuat layanan perbankan digital menjadi pilihan yang sesuai dengan karakteristik mereka yang mengutamakan kepraktisan dan efisiensi. Melihat data dari BPS tahun 2020 Gen Z dan Gen Y yang memiliki peluang besar di pasar perbankan syariah, mengingat mayoritas agama di Indonesia juga beragama Islam. Dengan jumlah tersebut, Generasi Z dan Milenial menjadi pasar yang sangat potensial bagi perbankan syariah di Indonesia di masa depan.

Dilansir dari data yang terdapat pada web resmi OJK menampilkan nasabah bank syariah mengalami kenaikan yang signifikan pada setiap tahunnya, namun dengan segala potensi yang ada minat masyarakat terhadap bank syariah masih tergolong rendah, hal ini ditunjukkan dengan pangsa pasar yang diliris oleh OJK tahun 2024 yaitu 7,44% angka yang sangat jauh berbeda jika disandingkan dengan prosentase bank konvensional. Kepala Departemen Perbankan Syariah, Ahmad Buchori, mengungkapkan bahwa rendahnya jumlah nasabah bank syariah disebabkan oleh pandangan masyarakat yang menganggap bank syariah kurang lengkap, modern, dan canggih dibandingkan dengan bank konvensional, baik dari segi layanan maupun produk. Selain itu, masyarakat juga cenderung kurang memahami sistem operasional perbankan syariah.

Generasi Z memiliki karakteristik yang unik dan dapat dikatakan berbeda dibandingkan generasi sebelumnya dilansir dari sebuah studi terkini oleh *StanCorp Financial Group* yang berjudul “*Boost Financial Literacy, Build Gen Z Tenure*” Generasi Z cenderung memiliki pendekatan yang lebih konservatif dalam hal keuangan, lebih mengutamakan stabilitas jangka panjang, dan menunjukkan kecenderungan untuk menabung yang lebih tinggi dibandingkan dengan Milenial. Mereka juga lebih sadar akan pentingnya investasi yang etis dan berkelanjutan, yang sejalan dengan prinsip-prinsip keuangan syariah. Namun, banyak di antara mereka masih menghadapi tantangan dalam memahami konsep-konsep keuangan yang rumit, termasuk mekanisme perbankan syariah.

Era digital telah mengubah secara drastis wajah perbankan di seluruh dunia, memodifikasi cara bank berkomunikasi dengan nasabah dan menyajikan layanan.

Kemajuan teknologi telah mendorong inovasi dalam layanan perbankan termasuk Pemanfaatan aplikasi teknologi dalam perbankan, yang dikenal sebagai perbankan digital, telah berkembang pesat dan mencakup berbagai layanan seperti ATM, internet banking, mobile banking, video banking, telephone banking, dan SMS banking. Beberapa bank juga telah meluncurkan layanan perbankan tanpa cabang, khususnya untuk masyarakat yang tidak memiliki akses ke layanan perbankan (Ardianto et al., 2024). Namun, masih terdapat tantangan dalam memastikan bahwa semua lapisan masyarakat, termasuk Generasi Z, dapat memanfaatkan teknologi ini untuk mengakses layanan keuangan syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi minat menabung Generasi Z di bank syariah. Fokus utama penelitian ini mencakup literasi keuangan, pemanfaatan teknologi informasi, tingkat kepercayaan, serta kualitas sumber daya manusia yang tersedia. Dengan demikian, tujuan utama dari studi ini adalah untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai preferensi finansial Generasi Z, serta menyusun rekomendasi strategis bagi lembaga keuangan syariah dalam upaya meningkatkan penetrasi pasar di segmen generasi muda ini.

Literasi keuangan menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat moderen guna pengambilan keputusan yang baik secara finansial, seperti yang marak terjadi penipuan investasi bodong, hal ini dapat terjadi karena rendahnya tingkat literasi keuangan pada masyarakat saat ini. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki pengetahuan yang lebih luas mengenai pengelolaan keuangan, termasuk dalam hal investasi, perencanaan keuangan, manajemen risiko, dan penghematan (Kusumawati et al., 2023).

Minat menabung dapat diartikan sebagai suatu kondisi di mana seseorang memiliki perhatian terhadap suatu hal, disertai dengan keinginan untuk memahami, mempelajari, dan membuktikan lebih lanjut mengenai hal tersebut (Dwiantoro et al., 2021). Generasi Z menunjukkan tingkat kesadaran finansial yang tinggi. Mereka memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dan menyadari bahwa menabung adalah langkah krusial untuk mencapai tujuan finansial. Kesadaran ini mendorong mereka untuk lebih aktif dalam merencanakan keuangan dan membuat keputusan yang bijak terkait pengeluaran dan tabungan. Dibalik kesadaran finansial yang tinggi, minat menabung Generasi Z masih tergolong rendah. Menurut *kompas.com* (2024), Generasi Z dikenal memiliki kesulitan atau kecenderungan untuk tidak aktif dalam menabung. Generasi Z sering kali dianggap sebagai kelompok yang lebih fokus pada pengeluaran, terutama untuk kebutuhan internet dan makanan, daripada menabung atau berinvestasi (Akbar & Armansyah, 2023). Sebagai generasi yang lebih terbuka terhadap teknologi, mereka perlu dibekali dengan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang lebih baik agar tidak terjebak dalam pola konsumtif yang merugikan (Muthi'ah & Indrarini, 2023).

Tingkat literasi keuangan Generasi Z tercatat sebesar 44,04%, yang lebih rendah 3,94% dibandingkan dengan generasi milenial. Pada tahun 2019, jumlah

penduduk Generasi Z mencapai 72,9 juta jiwa (Zulfah et al., 2023). Hal ini menandakan rendahnya minat menabung Gen Z yang menjadi salah satu faktornya adalah rendahnya tingkat literasi keuangan. Literasi keuangan dianggap sebagai elemen penting yang berpengaruh terhadap kebiasaan menabung (Agusty et al., 2024). Ketidacukupan pemahaman mengenai keuangan dapat memberikan dampak buruk terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangannya, serta berpengaruh pada perekonomian suatu negara secara keseluruhan. (Wahyuni, Radiman, & Nanda, 2023) terutama pada tingkat literasi keuangan syariah, hingga saat ini, tingkat literasi keuangan syariah di kalangan generasi milenial dan Generasi Z masih tergolong rendah, meskipun lebih dari 50 persen populasi Indonesia terdiri dari kedua generasi tersebut. Tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia masih jauh di belakang literasi keuangan konvensional. Saat ini, literasi keuangan syariah hanya mencapai 8,9%, sementara literasi keuangan konvensional sudah mencapai 37,7% (Nursjanti et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan terkait bank syariah di Indonesia masih berada pada tingkat yang sangat rendah, meskipun negara ini merupakan rumah bagi populasi Muslim terbesar kedua di dunia. Hal ini menandakan perlunya upaya yang lebih besar untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang keuangan syariah, agar potensi yang ada dapat dimanfaatkan secara optimal. Saat literasi keuangan tentang bank syariah meningkat, maka minat menabung Gen Z juga akan meningkat, hal ini sejalan dengan penelitian (Sugiarti, 2023) yang menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan syariah Generasi Z memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi et al., 2024) bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan produk perbankan syariah.

Teknologi informasi pada era ini berkembang sangat pesat, begitu juga pada bidang perbankan termasuk bank syariah, saat ini sektor perbankan sedang bertransformasi menuju ke era digital sebagai respon dari perkembangan teknologi informasi. Digitalisasi memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan berbagai sektor, termasuk sektor ekonomi. Dalam hal ini, sektor perekonomian mengalami kemajuan yang lebih efisien dan efektif, berkat penerapan teknologi digital yang mempermudah proses dan meningkatkan produktivitas (Muhammad Ismail Sha Maulana et al., 2022). Transformasi ini mengantarkan perbankan ke dalam era layanan digital, yang bertujuan untuk meningkatkan inklusi keuangan dan memberikan akses kepada masyarakat tanpa terikat oleh waktu dan lokasi. Oleh karena itu, dengan pesatnya perkembangan teknologi di sektor ekonomi, bank syariah didorong untuk terus berinovasi dan meluncurkan produk-produk baru agar tidak tertinggal oleh perubahan zaman. Untuk dapat bertahan dan bersaing dalam ekonomi digital, bank syariah perlu memahami karakteristik konsep yang mendasarinya, yang sangat berbeda dari ekonomi klasik yang selama ini diterapkan. Seringkali, industri harus melakukan transformasi bisnis agar dapat beroperasi secara optimal di era ekonomi digital ini. Menuju era yang sepenuhnya terkomputerisasi, yang ditandai dengan munculnya inovasi dalam layanan perbankan digital. Dalam beberapa tahun

terakhir, fenomena *Financial Technology (FinTech)* dan kolaborasi dengan berbagai teknologi telah menjadi salah satu pendorong utama dalam pengembangan layanan perbankan digital di industri ini (Batubara & Anggraini, 2022). Dalam hal ini teknologi berperan secara positif terhadap minat menabung nasabah bank syariah, ini sejalan dengan penelitian terdahulu menurut (Widyawati, 2022) Teknologi secara signifikan mempengaruhi minat menabung masyarakat Yogyakarta, dengan kemudahan akses melalui aplikasi perbankan digital yang mendorong mereka untuk lebih aktif menabung. Namun dalam penelitian (Batubara & Anggraini, 2022) is Meskipun mereka akrab dengan teknologi, faktor lain seperti preferensi pribadi dan kepercayaan terhadap lembaga keuangan lebih memengaruhi keputusan mereka.

Salah satu kunci keberhasilan suatu organisasi adalah kepercayaan dari konsumen atau masyarakat pengguna. Kepercayaan konsumen dapat didefinisikan sebagai kesediaan seseorang untuk menerima risiko yang mungkin timbul akibat tindakan pihak lain. Ini mencerminkan harapan bahwa pihak yang dipercaya akan bertindak sesuai dengan ekspektasi dan kepentingan pihak yang memberikan kepercayaan, meskipun mereka tidak memiliki kontrol langsung atas perilaku pihak tersebut. Kepercayaan ini menjadi fondasi penting dalam hubungan antara konsumen dan penyedia layanan, karena menciptakan rasa aman dan keyakinan dalam bertransaksi. Tanpa adanya kepercayaan, interaksi bisnis dapat terhambat, dan konsumen mungkin enggan untuk terlibat lebih jauh. Kepercayaan akan meningkat ketika informasi yang diterima dianggap akurat, relevan, dan lengkap. Informasi yang jelas dan terpercaya membantu konsumen merasa lebih yakin dalam mengambil keputusan (Faizah & Sa'diyah, 2022). Dalam konteks ini, kepercayaan nasabah terhadap bank syariah memegang peranan yang sangat penting. Ketika generasi Z memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah, hal ini dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan bagi institusi tersebut. Kepercayaan nasabah menciptakan kesan positif dan rekomendasi antar nasabah, yang menguntungkan perusahaan dan meningkatkan loyalitas, serta memperkuat posisi di pasar (Fitriani, 2019). Kepercayaan ini tidak hanya mendorong loyalitas nasabah, tetapi juga dapat meningkatkan partisipasi mereka dalam produk dan layanan yang ditawarkan. Selain itu, kepercayaan yang kuat dapat berkontribusi pada pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, karena nasabah yang merasa aman dan dihargai cenderung merekomendasikan bank syariah kepada orang lain, memperluas jangkauan dan reputasi bank di kalangan masyarakat. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan dampak positif bagi bank syariah, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdul Malik, ahmad syahrizal, 2021) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut, berdasarkan hasil uji-t. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin besar minat mereka untuk menabung di bank tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Hermawati, 2023) memiliki hasil yang sama yaitu ada pengaruh yang signifikan secara terpisah antara kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Salah satu aspek krusial yang menentukan ketertarikan Generasi Z untuk menabung di bank syariah adalah mutu sumber daya manusia (SDM) yang secara langsung berinteraksi dengan pelayanan yang diberikan. Tingkat pelayanan yang baik sangat berkaitan dengan kepuasan nasabah, di mana pelayanan yang berkualitas dapat mendorong nasabah untuk membangun hubungan yang solid dengan bank (Bella et al., 2023). Menurut penulis keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh SDM juga dapat mempengaruhi nasabah Generasi Z dalam membentuk persepsi awal terhadap bank syariah, yang pada akhirnya sangat memengaruhi keputusan mereka untuk menjadi nasabah aktif. Sumber daya manusia yang kompeten dan ramah merupakan faktor kunci dalam menarik minat Generasi Z untuk menabung di bank syariah. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan dalam situasi yang terus berubah, yang melibatkan berbagai elemen seperti produk, layanan, individu, proses, dan lingkungan (Falih Anwar, 2023). Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan dan strategi pemasaran bank syariah kurang memadai, Generasi Z cenderung kehilangan kepercayaan terhadap institusi tersebut. Hal ini dapat menyebabkan penurunan minat dan loyalitas nasabah muda, sehingga berdampak negatif pada pertumbuhan dan reputasi bank syariah. Oleh karena itu, bank syariah perlu memastikan kualitas layanan dan pendekatan pemasaran yang efektif untuk mempertahankan kepercayaan serta membangun hubungan yang kuat dengan generasi Z. Penelitian yang dilakukan oleh (Armand, 2021) menyatakan bahwa Peningkatan kualitas pelayanan Bank BNI Syariah akan berpengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menabung di bank tersebut di DKI Jakarta. Semakin baik layanan yang diberikan, semakin banyak nasabah yang tertarik. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Faqih, 2020) menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Hal ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia terutama dalam hal pelayanan yang baik memiliki dampak positif terhadap ketertarikan nasabah menabung pada bank syariah.

Penulis termotivasi mengangkat topik ini karena melihat ketimpangan antara potensi besar perbankan syariah di Indonesia dan rendahnya partisipasi Generasi Z dalam memanfaatkannya. Gen Z, yang jumlahnya sekitar 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari populasi (Batubara & Anggraini, 2022), dikenal adaptif terhadap teknologi, selektif dalam memilih produk, dan peduli terhadap nilai keagamaan (Islam et al., 2025). Namun, literasi keuangan syariah mereka masih rendah, dan tingkat kepercayaan serta keterlibatan dalam layanan keuangan syariah belum optimal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi minat menabung Gen Z di bank syariah, sebagai kontribusi untuk mendorong keterlibatan generasi muda dalam pengembangan industri keuangan syariah di Indonesia.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Faizah & Sa'diyah, 2022) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. Penelitian ini dengan penelitian tersebut sama

sama menggunakan variabel literasi keuangan, kepercayaan dan kualitas pelayanan. Perbedaan dari penelitian ini adalah adanya penambahan teknologi informasi serta memiliki arah yang lebih spesifik yaitu Gen Z dan sumber daya manusia yang ada di bank syariah. Peneliti memasukkan variabel teknologi informasi karena penelitian ini secara khusus menargetkan Generasi Z, yakni kelompok yang sejak lahir telah tumbuh berdampingan dengan perkembangan teknologi informasi. Kehadiran teknologi yang begitu melekat dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z menjadikan aspek ini sangat relevan untuk dipertimbangkan dalam analisis. Oleh karena itu, penambahan variabel teknologi informasi tidak hanya memperkaya kajian, tetapi juga memberikan kontribusi pembaruan dalam penelitian dengan menyesuaikan konteks yang lebih spesifik dan kekinian terhadap perilaku keuangan generasi tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait minat menabung Gen Z pada bank syariah dan mencoba mengangkatnya kedalam tulisan dalam bentuk skripsi dengan menggunakan konsep, penekanan dan variabel penelitian yang baru dengan judul “ Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Sumber Daya Manusia terhadap minat menabung Gen Z pada Bank Syariah”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan, mengkaji, dan menjelaskan suatu objek atau fenomena sesuai kondisi sebenarnya, serta menyimpulkan hasilnya berdasarkan data numerik yang dapat diukur dan diamati (Wahyudi, 2022). Metode survei dipilih karena memungkinkan pengumpulan data primer secara langsung dari responden dalam lingkungan yang alami, tanpa adanya intervensi terhadap variabel yang diteliti. Instrumen utama dalam proses pengumpulan data adalah kuesioner tertutup, yang dibagikan kepada responden berdasarkan teknik pengambilan sampel tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 8,185 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,972, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_1 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Generasi Z pada bank syariah.

Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki generasi Z meliputi pemahaman konsep dasar keuangan, produk perbankan syariah, mekanisme bagi hasil, serta manfaat menabung maka semakin tinggi pula minat mereka untuk menabung di bank syariah. Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik akan merasa lebih yakin dalam mengelola dana dan mengambil keputusan keuangan. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB),

literasi keuangan berhubungan dengan *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu mengenai kemampuan dirinya dalam mengendalikan perilaku menabung. Semakin baik literasi keuangan, semakin kuat rasa mampu untuk mengatur keuangan dan melakukan aktivitas menabung, sehingga minat menabung pun meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sugiarti, 2023) menyatakan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk dan layanan perbankan syariah. Penelitian yang dilakukan (Fauzi et al., 2024) juga menemukan hasil tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, variabel Teknologi Informasi (X2) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,730, yang lebih kecil daripada t-tabel sebesar 1,972, serta nilai signifikansi sebesar $0,466 > 0,05$. Dengan demikian, H_2 ditolak dan H_0 diterima, sehingga secara parsial Teknologi Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Generasi Z pada bank syariah.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan teknologi informasi seperti mobile banking, internet banking, dan layanan perbankan digital belum mampu secara langsung meningkatkan minat generasi Z untuk menabung di bank syariah. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah bahwa fasilitas digital saat ini telah menjadi layanan standar di hampir seluruh lembaga perbankan, sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda utama bagi generasi Z dalam menentukan preferensi menabung. Selain itu, generasi Z cenderung lebih banyak memanfaatkan e-wallet, aplikasi fintech, dan platform pembayaran digital daripada aplikasi perbankan syariah untuk aktivitas keuangan sehari-hari, sehingga pemanfaatan teknologi perbankan syariah masih belum optimal.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), teknologi informasi berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana individu merasa dimudahkan atau didukung oleh teknologi dalam melakukan perilaku menabung. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses teknologi saja belum cukup kuat membentuk minat menabung apabila tidak diikuti oleh faktor lain, seperti persepsi manfaat, kepercayaan, serta kebiasaan penggunaan aplikasi keuangan tertentu.

Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya konsisten dengan penelitian terdahulu. Penelitian (Widyawati, 2022) menyatakan bahwa teknologi informasi berperan secara signifikan dalam memengaruhi minat menabung. Artinya, semakin baik pemanfaatan teknologi, semakin besar minat menabung individu. Namun, penelitian yang dilakukan oleh (Batubara & Anggraini, 2022) menunjukkan bahwa inovasi layanan perbankan digital tidak berpengaruh terhadap minat menabung Generasi Z di Kota Medan. Perbedaan hasil penelitian ini dimungkinkan karena perbedaan karakteristik responden, intensitas penggunaan layanan digital, serta perbedaan kualitas aplikasi perbankan pada masing-masing daerah dan bank.

Dengan demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini teknologi informasi belum menjadi faktor penentu utama minat menabung generasi Z pada bank syariah, karena generasi Z lebih mempertimbangkan faktor kepercayaan, kemudahan penggunaan platform keuangan non-bank, serta preferensi gaya transaksi digital sehari-hari.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t, variabel Kepercayaan (X3) memiliki nilai t-hitung sebesar 2,055 yang lebih besar daripada t-tabel sebesar 1,972, dengan nilai signifikansi sebesar $0,041 < 0,05$. Dengan demikian, H_3 diterima dan H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan Generasi Z terhadap bank syariah baik dari aspek keamanan dana, reputasi lembaga, kualitas layanan, transparansi, maupun kepatuhan terhadap prinsip syariah maka semakin besar pula minat mereka untuk menabung. Kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting karena melibatkan keyakinan bahwa dana yang disimpan akan dikelola dengan aman, profesional, serta sesuai dengan nilai-nilai syariah yang diyakini.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), kepercayaan berkaitan dengan *attitude toward behavior*, yaitu sikap positif individu terhadap perilaku menabung di bank syariah. Ketika individu memiliki keyakinan bahwa bank syariah aman, terpercaya, dan sesuai syariah, maka terbentuk sikap positif yang pada akhirnya mendorong munculnya minat untuk menabung.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdul Malik, ahmad syahrizal, 2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian (Hermawati, 2023) yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung pada bank syariah. Konsistensi hasil tersebut mengindikasikan bahwa kepercayaan merupakan determinan penting dalam pembentukan minat menabung, khususnya pada perbankan syariah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan minat menabung Generasi Z pada bank syariah, karena menyangkut dimensi psikologis berupa rasa aman, keyakinan religius, dan persepsi profesionalisme lembaga perbankan.

Pengaruh Sumber Daya Manusia terhadap Minat Menabung Generasi Z pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t, variabel Sumber Daya Manusia (X4) memiliki nilai t-hitung sebesar 1,447, yang lebih kecil dibandingkan t-tabel sebesar 1,972, dengan nilai signifikansi sebesar $0,150 > 0,05$. Dengan demikian, H_4 ditolak dan H_0 diterima,

sehingga secara parsial Sumber Daya Manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Generasi Z pada bank syariah.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pegawai bank syariah belum menjadi faktor utama bagi Generasi Z dalam memutuskan untuk menabung. Generasi Z cenderung lebih banyak memanfaatkan layanan digital, seperti mobile banking atau internet banking, dibandingkan berinteraksi secara langsung dengan pegawai bank. Oleh karena itu, peran sumber daya manusia dalam bentuk pelayanan tatap muka menjadi kurang dominan dalam memengaruhi minat menabung, karena pola transaksi dan interaksi telah bergeser ke arah layanan digital yang serba mandiri (*self-service*).

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), sumber daya manusia dapat dikaitkan dengan subjective norm, yaitu pengaruh sosial dari lingkungan, termasuk dorongan atau sugesti yang muncul melalui interaksi dengan pegawai bank. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma sosial yang bersumber dari pegawai bank syariah belum cukup kuat untuk membentuk minat menabung Generasi Z. Minimnya intensitas interaksi langsung dengan petugas bank akibat berkembangnya layanan digital menjadi salah satu alasan mengapa variabel sumber daya manusia tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Hasil penelitian ini dapat dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian (Armand, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung. Demikian pula, penelitian (Faqih, 2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah untuk menabung. Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu dimungkinkan karena adanya perbedaan karakteristik responden, khususnya Generasi Z yang lebih berorientasi pada teknologi sehingga interaksi dengan sumber daya manusia tidak lagi menjadi faktor dominan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini sumber daya manusia bukan merupakan faktor penentu utama minat menabung Generasi Z pada bank syariah, karena generasi ini lebih menekankan kemudahan teknologi, kecepatan layanan digital, serta fleksibilitas transaksi dibandingkan aspek pelayanan langsung dari pegawai bank.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan, teknologi informasi, kepercayaan, dan sumber daya manusia terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah di Kota Surakarta, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman Generasi Z mengenai pengelolaan keuangan, konsep dasar perbankan syariah, serta manfaat menabung, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menabung

pada bank syariah. Dengan kata lain, pengetahuan keuangan mendorong individu lebih percaya diri dalam mengambil keputusan finansial.

2. Teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah.

Fasilitas digital seperti mobile banking dan internet banking belum menjadi faktor utama yang mendorong munculnya minat menabung. Hal ini dimungkinkan karena layanan teknologi telah dianggap sebagai hal yang wajar dan dimiliki hampir seluruh lembaga perbankan sehingga tidak lagi menjadi faktor pembeda.

3. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah.

Minat menabung meningkat ketika responden meyakini bahwa bank syariah memiliki reputasi baik, keamanan terjamin, serta beroperasi sesuai prinsip syariah. Rasa aman dan keyakinan terhadap kepatuhan syariah menjadi pertimbangan penting bagi Generasi Z.

4. Sumber daya manusia tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah.

Meskipun kualitas pelayanan karyawan penting, hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z tidak menjadikan interaksi langsung dengan pegawai bank sebagai faktor utama. Hal ini sejalan dengan pola transaksi digital yang meminimalkan tatap muka.

5. Secara simultan, literasi keuangan, teknologi informasi, kepercayaan, dan sumber daya manusia berpengaruh signifikan terhadap minat menabung Generasi Z pada bank syariah.

Hal ini ditunjukkan melalui uji F dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,572 mengindikasikan bahwa keempat variabel tersebut mampu menjelaskan 57,2% variasi minat menabung, sedangkan 42,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Malik, ahmad syahrizal, A. (2021). The effect of promotion, knowledge and trust on interest in saving at Bank Syariah Indonesia KCP Singkut in Pelawan Jaya village community. *Jurnal Margin*, 1(1), 36122.
- Agustina, D. A., Dimawan, A. E., Ridho, M. F., & ... (2021). Peningkatan Kualitas Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Education And ...*, 9(3), 98–101.
<https://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/2665%0Ahttps://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/download/2665/1797>

- Agusty, M., Wahyuni, S. F., & Radiman, R. (2024). Faktor yang Memengaruhi Perilaku Menabung pada Generasi Z di Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 5(1), 161–172. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.206>
- Akbar, R. P., & Armansyah, R. F. (2023). Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Literasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 107–124.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 43–57.
- Ardianto, R., Ramdhani, R. F., Apriliana Dewi, L. O., Prabowo, A., Saputri, Y. W., Lestari, A. S., & Hadi, N. (2024). Transformasi Digital dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global dalam Dunia Perbankan. *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 2(1), 80–88. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114>
- Armand, R. (2021). Pengaruh produk dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung masyarakat di bank bni syariah dki jakarta. In *Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Azzahra, N. (2024). ANALISIS THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB) PADA MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH DALAM USAHA PERTANIAN DI KECAMATAN TUMIJAJAR. *IAIN Metro Digital Repository*, 15(1), 37–48. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9730/>
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Bella, S., Faizal, M., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Palembang Demang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 125–144. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.157>
- Bhakti, C. P., & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 10. jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1602/1072
- Cholisshofi, N. S., & Bahiroh, E. (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia (Sdm), Pengembangan Karir Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Bank Jawa Barat Dan Banten (Bjb) Cabang Rangkasbitung. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(1), 31–46. <https://doi.org/10.35508/jom.v15i1.6403>
- Dwiantoro, R. Z., Haryono, H., & Imamah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung

- Nasabah di BANK JATIM KCP Driyorejo Gresik. *EkoBis: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(2), 55–63. <https://doi.org/10.46821/ekobis.v1i2.28>
- Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam Menabung di Bank Syariah. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 253–266. <https://journal.unimma.ac.id>
- Falih Anwar, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Bank BSI (Bank Syariah Indonesia). *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 5(1), 49–65. <https://doi.org/10.35905/banco.v5i1.5312>
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>
- Fauzi, M. C., Hasan, A., & Lutfi, mohammad. (2024). *Peran Literasi keuangan, Promosi, dan Religiusitas terhadap minat generasi Z pada Bank Syariah di Kabupaten Kudus*. 4(1), 41–54. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v4i1.45>
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Fitriani, A. (2019). Kepercayaan Nasabah terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung). *Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 2019*, 3.
- Harish, I. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Depok). *UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 2(2), 30.
- Hendryadi. (2021). Pupulasi dan Sampel. *Pontificia Universidad Catolica Del Peru*, 02, 1–6.
- Herdayati, S.Pd., M.Pd dan Syahrial, S. T. . (2019). *DESAIN PENELITIAN DAN TEKNIK PENGUMPULAN DATA DALAM PENELITIAN*. 1–23. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>
- Indah, I., & Supri, Z. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Di Perbankan Syariah Kota Palopo. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 1(4), 304–324. <https://doi.org/10.61896/jeki.v1i4.27>
- Indartini, M., & Mutmainah. (2024). *ANALISIS DATA KUANTITATIF Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi dan Regresi Linier Berganda* (Vol. 14, Issue 5).
- Iqbal, M., Hasan, A., & Laili, I. (2022). Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan).

- Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 333–356. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Islam, F. A., Lampung, U. M., & Lampung, B. (2025). *STRATEGI PEMASARAN FASHION HIJAB DI ERA GEN Z DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI SYARIAH PADA TOKO VEE STORE*. 4, 79–88.
- Kenale Sada, Y. M. V. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>
- Kristyowati, Y., & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, Mt. (2021). *Generasi “Z” Dan Strategi Melayaninya*. 02(1), 23–34. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>
- Kurniasari, P., Ni'mah, A., & Fadlullah Hana, K. (2022). Analisis Sinkronisasi Budaya Kerja Sumber Daya Manusia Pada Bank Syariah Indonesia Setelah Merger. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 31–41. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.91.31-41>
- Kusumawati, E. D., Putra, A. S. B., & Kartikasari, D. (2023). Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi dalam Pengaruh Persepsi Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 22(2), 247–260. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i2.738>
- Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 131–139. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139>
- Liana, L. (2009). Using MRA with SPSS to Test the Effect of Moderating Variables on the Relationship between Independent Variables and Dependent Variables. *Jurnal Teknologi Informasi Dinamik*, 14(2), 90–97. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti1/article/view/95>
- Muhammad Ismail Sha Maulana, Muhammad Firdan, Sofia Rachmah Sabilla, & Abdul Hakam. (2022). Perkembangan Perbankan Syariah Di Era Digitalisasi. *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*, 2(1), 85–110. <https://doi.org/10.36781/iqtisadie.v2i1.225>
- Nanda, T. S. F., Ayumiati, A., & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(2), 141. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v1i2.8573>
- Nurani, A. T., Setiawan, A., & Susanto, B. (2023). Perbandingan Kinerja Regresi Decision Tree dan Regresi Linear Berganda untuk Prediksi BMI pada Dataset Asthma. *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains*, 6(1), 34–43. <https://doi.org/10.24246/juses.v6i1p34-43>
- Nursjanti, F., Amaliawiati, L., & Utami, E. M. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Bagi Milenial dan Gen Z di Jawa Barat. *Madaniya*, 4(1), 54–67. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/345%0Ahttps://madaniya.pustaka.my.id/journals/index.php/contents/article/download/345/234>

- Pasaribu, B. S. A. H. K. W. U. H. S. A. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi Penelitian.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/65013/1/Metodologi%20Penelitian.pdf)
- Prita Ary Astini, K., Widiadnyana Pasek Jurusan, G. S., & Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(03), 991–1002.
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace* Penulis. CV. Literasi Nusantara Abadi Perumahan. [http://repository.stiedewantara.ac.id/4235/1/Theory of Planned Behavior.pdf](http://repository.stiedewantara.ac.id/4235/1/Theory%20of%20Planned%20Behavior.pdf)
- Putra, A. B. (2020). *Analisis Pemanfaatan Teknologi Informasi Perbankan Dan Pendampingan Pada Nasabah KUR Di BRI Syariah KCP Blitar*. [http://etheses.iainponorogo.ac.id/11368/%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/11368/1/AJI BINAWAN PUTRA_210816192.pdf](http://etheses.iainponorogo.ac.id/11368/%0Ahttp://etheses.iainponorogo.ac.id/11368/1/AJI%20BINAWAN%20PUTRA_210816192.pdf)
- Sari, R. A., Aswar, N. F., & Aslam, A. P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Sulselbar. *Jurnal Manajemen*, 2(2), 119. <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.42329>
- Savitri, C., Faddila, S. P., Iswari, H. R., Anam, C., Syah, S., Mulyani, S. R., & Sihombing, P. (2021). Statistik Multivariat Dalam Riset. In *Widina* (Issue 15018).
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran Usability Website E-Commerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. *Compiler*, 7(1), 54–61. <https://doi.org/10.28989/compiler.v7i1.254>
- Siregar, Y. S., Darwis, M., Baroroh, R., & Andriyani, W. (2022). Peningkatan Minat Belajar Peserta Didik dengan Menggunakan Media Pembelajaran yang Menarik pada Masa Pandemi Covid 19 di SD Swasta HKBP 1 Padang Sidempuan. *Jurnal Ilmiah Kampus Mengajar*, 2, 69–75. <https://doi.org/10.56972/jikm.v2i1.33>
- Sodik, F., Nur Zaida, A., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah : Studi Kasus pada Siswa SMK di Jakarta. *JIEI : Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766–772. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7991> DOI:<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7991>
- Supianti, I. I. (2018). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam Pembelajaran Matematika. *MENDIDIK: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Pengajaran*, 4(1), 63–70. <https://doi.org/10.30653/003.201841.44>
- Trimulato, T. (2018). Manajemen Sumber Daya Manusia Islam Bagi SDM di Bank Syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 5(2), 238–265. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v5i2.1627>

- Wahyudi, W. (2022). Analisis Motivasi Belajar Siswa Dengan Menggunakan Model Pembelajaran Blended Learning Saat Pandemi Covid-19 (Deskriptif Kuantitatif Di Sman 1 Babadan Ponorogo). *Kadikma*, 13(1), 68. <https://doi.org/10.19184/kdma.v13i1.31327>
- Wahyuni, M. (2020). *STATISTIK DESKRIPTIF untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25* (B. W. P. Ridwan Rosyid (ed.)). Bintang Pustaka Madani. www.pustakabintangmadani.com%0A
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Widyawati, W. (2022). *Analisis Pengaruh Aset Modal dan Teknologi Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah*. 2(1), 48–60.
- Wong, D. (2017). the Influence of Ability, Benevolence and Integrity on Trust, and Its Implications on E-Commerce Customer Participation: Case Study of E-Commerce Customers At Ubm (Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Par. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(2), 155–168. www.internetworldstars.com/stat3.htm
- Wulandari, S. (2017). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Asuransi Jiwa. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–18.
- Zulfah, Z., Syurmita, S., & Anggraini, S. (2023). Penyuluhan Pentingnya Menabung Sejak Dini pada Generasi Z di Al Fityan School Tangerang. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 6(1), 66. <https://doi.org/10.36722/jpm.v6i1.2711>