

**MINAT GENERASI Y DAN Z DI JAWA BARAT MENGGUNAKAN
PRODUK DAN LAYANAN BANK SYARIAH: ANALISIS PENGARUH
LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *DIGITAL MARKETING*, DAN
KEPERCAYAAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun Oleh :

Sinta Bela Pebriyanti
1703724

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2024**

**MINAT GENERASI Y DAN Z DI JAWA BARAT MENGGUNAKAN
PRODUK DAN LAYANAN BANK SYARIAH: ANALISIS PENGARUH
LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *DIGITAL MARKETING*, DAN
KEPERCAYAAN**

Oleh :

Sinta Bela Pebriyanti

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

©Sinta Bela Pebriyanti

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis

Sinta Bela Pebriyanti, 2024

***MINAT GENERASI Y DAN Z DI JAWA BARAT MENGGUNAKAN PRODUK DAN LAYANAN BANK
SYARIAH: ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DIGITAL MARKETING, DAN
KEPERCAYAAN***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “*Minat Generasi Y dan Z di Jawa Barat Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah: Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing, dan Kepercayaan*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024
Yang Membuat Pernyataan

Sinta Bela Pebriyanti
NIM 1703724

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi : **Minat Generasi Y dan Z di Jawa Barat Menggunakan Produk dan Layanan di Bank Syariah : Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Digital Marketing* dan Kepercayaan**

Penyusun : Sinta Bela Pebriyanti

NIM : 1703724

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Agustus 2024

Dosen Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.

NIP. 19711026 199702 2 001

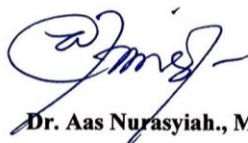
Dosen Pembimbing II,



Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy

NIP. 19880430 201504 2 002

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. Aas Nurasyiah., M.Si

NIP. 19840607 201404 2 001

Sinta Bela Pebriyanti, 2024

MINAT GENERASI Y DAN Z DI JAWA BARAT MENGGUNAKAN PRODUK DAN LAYANAN BANK SYARIAH: ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DIGITAL MARKETING, DAN KEPERCAYAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

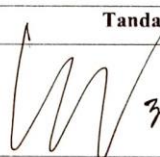


KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
Jl. Dr. Setiabudi No. 229 Bandung 40154 Telp. (022) 2001619, 2002091, 2002189 Fax: (022) 2001621
Homepage <http://www.upi.edu> - Email: ilmuekonomi_fpeb@upi.edu

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 28 Agustus 2024
Nama Mahasiswa : Sinta Bela Pebriyanti
NIM : 1703724
Judul Skripsi : Minat Generasi Y dan Z di Jawa Barat Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah: Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing, dan Kepercayaan

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. A Jajang W Mahri, M.Si	 30/08-2024
2.	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.	 30/08-2024
3.	Rida Rosida, B.Sc., M.Sc.	

Bandung, 30 Agustus 2024

Dosen Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.

NIP. 197110261997022001

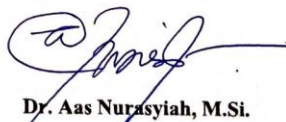
Dosen Pembimbing II,



Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.

NIP. 198407302014042001

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.

NIP. 198406072014042001

Sinta Bela Pebriyanti, 2024

MINAT GENERASI Y DAN Z DI JAWA BARAT MENGGUNAKAN PRODUK DAN LAYANAN BANK SYARIAH: ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DIGITAL MARKETING, DAN KEPERCAYAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sinta Bela Pebriyanti (1703724) “**Minat Generasi Y dan Z di Jawa Barat Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah: Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Digital Marketing*, dan Kepercayaan**”, dibawah bimbingan Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. dan Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.

ABSTRAK

Penelitian ini didasari oleh fenomena pangsa pasar (*market share*) keuangan syariah memiliki *gap* yang masih besar bila dibandingkan dengan pangsa pasar keuangan konvensional. selain itu, rendahnya tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah yang menjadikan bank syariah masih tertinggal jauh jika dibandingkan dengan bank konvensional. Rendahnya pangsa pasar keuangan syariah dan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan bank syariah mengindikasikan bahwa minat masyarakat terhadap keuangan syariah masih sangat rendah bila dibandingkan dengan konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kondisi aktual serta pengaruh dari variabel literasi keuangan syariah, *digital marketing*, dan kepercayaan terhadap minat generasi Y dan Z di Jawa Barat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan metode analisis Regresi Linier Berganda dengan alat analisis yang digunakan ialah SPSS Versi.25. Adapun subjek dari penelitian ini adalah masyarakat generasi Y dan Z di Jawa Barat yang belum pernah menggunakan produk dan layanan bank syariah, dengan jumlah sampel sebanyak 160 sampel. Hasil penelitian menunjukkan jika literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat generasi Y dan Z di Jawa Barat menggunakan produk dan layanan bank syariah sedangkan untuk variabel *digital marketing* dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Y dan Z di Jawa Barat menggunakan produk dan layanan bank syariah. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para *stakeholders* dalam upaya meningkatkan literasi keuangan syariah masyarakat di Indonesia yang selanjutnya dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, *Digital Marketing*, Kepercayaan, Minat.

Sinta Bela Pebriyanti (1703724) "***Generations Y and Z's Interest in West Java Using Sharia Bank Products and Services: Analysis of the Influence of Sharia Financial Literacy, Digital Marketing, and Trust***", under the guidance of Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. and Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.

ABSTRACT

This research is based on the phenomenon that the market share of sharia finance has a large gap when compared to the market share of conventional finance. Apart from that, the low level of public awareness of using sharia banking products and services means that sharia banks are still far behind compared to conventional banks. The low market share of sharia finance and the low level of public awareness of using sharia banking products and services indicate that public interest in sharia finance is still very low when compared to conventional. This research aims to look at the actual conditions and influence of the variables of sharia financial literacy, digital marketing, and trust on the interest of generations Y and Z in West Java in using sharia bank products and services. The research method used is quantitative and the Multiple Linear Regression analysis method with the analysis tool used is SPSS Version.25. The subjects of this research are generation Y and Z people in West Java who have never used sharia banking products and services, with a total sample of 160 samples. The results of the research show that sharia financial literacy has no effect on the interest of generations Y and Z in West Java in using sharia bank products and services, while the digital marketing and trust variables have a positive and significant effect on the interest of generations Y and Z in West Java in using sharia bank products and services. It is hoped that this research will be useful for stakeholders in efforts to increase the sharia financial literacy of the people in Indonesia, which can continue to increase people's interest in using sharia bank products and services.

Keywords : *Sharia Financial Literacy, Digital Marketing, Trust, Interest*

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Tak lupa shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga-Nya dan para sahabat-Nya hingga pada umat-Nya sampai akhir zaman.

Penulis ucapkan banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang ikut serta membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Minat Generasi Y dan Z di Jawa Barat Menggunakan Produk dan Layanan Bank Syariah: Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing, dan Kepercayaan**”. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam.

Penulis telah berusaha untuk membuat skripsi ini semaksimal mungkin. Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih memiliki banyak kesalahan serta kekurangan. Sehingga penulis mengharapkan kritik, saran maupun masukan yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan skripsi ini selanjutnya. Penulis berharap jika skripsi ini dapat bermanfaat untuk para pembaca, baik itu khalayak umum maupun civitas akademik.

Bandung, Agustus 2024

Sinta Bela Pebriyanti

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Tak lupa shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Rasulullah SAW beserta keluarga-Nya dan para sahabat-Nya hingga pada umat-Nya sampai akhir zaman.

Selama pembuatan skripsi ini, penulis menyadari bahwa selama penyelesaiannya penulis tidak lepas dari dukungan, arahan, bantuan, dukungan moril maupun materiil dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan penuh rasa syukur, ketulusan dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta yaitu Bapak Dasep dan Mamah Rohamah yang tanpa henti disetiap do'anya selalu mendoa'akan agar penulis senantiasa diberikan kelancaran dan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Tak terlewatkan dukungan, kesabaran dan cinta kasih mereka sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Tanpa mereka penulis bukanlah apa-apa dan tidak akan menjadi apa-apa. Semoga ilmu dan gelar yang didapatkan penulis dapat membuat mereka bangga dan bahagia. Semoga Allah selalu melindungi Mamah dan Bapak tercinta. Dan Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan, kesehatan, kasih sayang, umur yang panjang serta rezeki yang lancar dan berkah kepada kalian.
2. Kakak tersayang yaitu Asri Yani, adik tercinta yaitu Azniar Ayu Saputri, kakak ipar yaitu Eko Riyanto dan keponakan tercinta yaitu Azkiya Alula Marwah yang senantiasa selalu mendoakan, membantu dan memberikan semangat kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir masa studi ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kebahagiaan, kesehatan, kasih sayang, umur yang panjang serta rezeki yang lancar dan berkah kepada kalian.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia dan Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. selaku Dekan

Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu dalam memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus.

4. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak memberikan motivasi dan inspirasi kepada penulis serta banyak membantu dalam memberikan arahan, masukan dan bimbingannya baik selama perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan kewajibannya dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan bagi ibu dan keluarga.
5. Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. selaku dosen pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini yang telah banyak memberikan waktu, tenaga, segala masukan dan perbaikannya bagi kelancaran penyelesaian skripsi penulis. Penulis hanya bisa mengucapkan terimakasih banyak semoga Ibu selalu berada dalam lindungan Allah SWT dan senantiasa Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan ibu.
6. Ibu Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy. selaku dosen pembimbing II yang telah begitu sabar, pantang menyerah dan selalu semangat untuk mendorong penulis menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak atas waktunya, pemikiran-pemikirannya, masukan-masukannya, dukungan, motivasi dan arahan yang ibu berikan kepada penulis, penulis merasa sangat senang, bersyukur dan berterimakasih kepada ibu. Semoga Ibu dan keluarga senantiasa selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan dan kelancaran disetiap urusannya. Dan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah ibu berikan kepada penulis.
7. Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy selaku dosen pembimbing akademik penulis selama perkuliahan yang telah banyak membantu penulis dalam membimbing dan memberikan arahan, mengingatkan serta memotivasi penulis dalam hal akademik. Penulis hanya mampu untuk mengucapkan terima kasih banyak semoga Allah SWT membalas semua kebaikan bapak selama ini kepada penulis.
8. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Bapak Dr. A Jajang W Mahri, M.Si., Ibu Dr. Hilda Monoarfa, M.Si., Bapak Dr.

Juliana.,S.Pd., SH., M.E.Sy., Bapak Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy., Bapak Ripan Hermawan, S.S., S.H., MA., Ibu Suci Apriliani Utami, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rida Rosida, B.S., M.Sc., Ibu Rumaisah Azizah, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd., M.Si., Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si., Bapak Mumuh Muhammad, SE.,MA., Bapak Arya Haris,S.AB.,M.E.Sy., QWP., RIFA., dan Bapak Syaiful Muhammad Irsyad, B.BA., M.Sc selaku dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak sekali ilmu, pengetahuan dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis dimulai dari awal perkuliahan hingga akhir studi.

9. Bapak Hamidin selaku staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak membantu penulis dalam mengurus surat-surat dan administrasi lainnya untuk keperluan akademik selama penulis melakukan kegiatan perkuliahan sampai akhir penyelesaian skripsi.
10. Bapak Cecep yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi serta tak lupa do'a, dukungan dan semangat yang selalu bapak berikan kepada penulis. Semoga bapak dan ibu senantiasa diberikan kesehatan oleh Allah SWT.
11. Responden yang sudah ikut turut serta berpartisipasi membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini melalui pengisian kuisioner yang penulis berikan. Tanpa kontribusi dan bantuan kalian, penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
12. Kepada Imam Gustian, terimakasih atas dukungan, motivasi serta kesabarannya menunggu dan membantu penulis menyelesaikan skripsi dan studi ini. Terimakasih sudah mendengar keluh kesah penulis dalam pengerjaan skripsi ini serta terimakasih banyak sudah selalu ada di saat senang maupun susah. Semoga selalu diberi kebahagiaan, kesehatan, umur yang panjang serta rezeki yang berkah dan berlimpah.
13. Sahabat-sahabat tersayang selama diperkuliahan Alya, Oktavianda, Indry, Annisa, Rani, Rosiana, Agit, Dini, Rizqia, Setya, Maya dan Windi yang selalu kebersamai penulis dari awal perkuliahan hingga akhir. Terimakasih atas semangat, dukungan, do'a, motivasi dan bantuan yang telah kalian berikan kepada penulis. Penulis hanya bisa mendo'akan semoga kalian senantiasa

diberikan oleh Allah SWT kesehatan, kebahagiaan dan kelancaran dalam segala aktivitasnya. Dan semoga Allah SWT membalas kebaikan-kebaikan yang telah kalian berikan kepada penulis.

14. Tak lupa sahabat-sahabat tersayang Nani, Nisa, Winda, Muthia, Dini, Ana, Uzi, Esce, Teni, Resti, Rida dan Heti yang selalu ada untuk penulis selama ini. terimakasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan kepada penulis, semoga kalian diberikan kesehatan dan kebahagiaan.
15. Seluruh teman seperjuangan kuliah di IEKI angkatan 2017, terimakasih sudah menjadi seperti keluarga bagi penulis. Terimakasih untuk kebersamaannya dimulai dari masa ospek hingga masa perkuliahan selesai. Terimakasih untuk momen-momen kebersamaan yang tak akan pernah penulis lupakan. Semoga kalian senantiasa diberikan kemudahan dalam menggapai cita-citanya dan semoga kalian diberikan kesehatan selalu.
16. Kepada Elin adik tingkat angkatan 2020, terimakasih sudah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan.
17. Tak lupa kepada teman-teman orkes Pemuda Idalaman Lain Agung, Fikri, Robi, Yana, Andre, Anggi, Doni, Regi, Tanty, Agum, Rezi, Marsha, Luthfi, Sendi dan Helgi, yang selalu ada menghibur dan menemani penulis dikala senang maupun susah. Semoga kalian sehat selalu.
18. Dan kepada seluruh keluarga dan pihak yang telah membantu dan mendoakan penulis yang tentunya tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih atas doa, dukungan dan bantuannya.
19. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri yang sudah mampu berjuang menyelesaikan apa yang sudah dimulai 7 tahun lalu. Walaupun terlambat tapi setidaknya kamu sudah berusaha semampunya. Semoga diri ini bisa menjadi lebih baik lagi untuk kedepannya.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan sebaik-baiknya balasan dunia maupun akhirat yang berlipat ganda atas amalan dan bantuan yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini.

“Jazakumullah khairan katsiran, wa jazakumullah ahsanal jaza”.

vii

Sinta Bela Pebriyanti, 2024

MINAT GENERASI Y DAN Z DI JAWA BARAT MENGGUNAKAN PRODUK DAN LAYANAN BANK SYARIAH: ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DIGITAL MARKETING, DAN KEPERCAYAAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS	
PENELITIAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	11
2.1.2 Konsep Literasi Keuangan Syariah.....	15
2.1.3 Konsep <i>Digital Marketing</i>	18
2.1.4 Konsep Kepercayaan	21
2.1.5 Bank Syariah.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	32
2.3 Kerangka Teori dan Hipotesis Penelitian	42
2.2.1 Keterkaitan Literasi Keuangan Syariah dengan Minat	42
2.2.2 Keterkaitan <i>Digital Marketing</i> dengan Minat.....	43
2.2.3 Keterkaitan Kepercayaan dengan Minat.....	44
BAB III OBJEK, METODE DAN DESAIN PENELITIAN	46
3.1 Objek Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.3 Desain Penelitian	47

3.3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel	47
3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	50
3.3.3 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.3.4 Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.2 Hasil Penelitian Deskriptif dan Pembahasan	65
4.2.1 Karakteristik Responden.....	65
4.2.2 Hasil Penelitian Deskriptif.....	71
4.3 Pengujian dan Pembahasan Penelitian	90
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	90
4.3.2 Uji Analisis Regresi Berganda.....	94
4.3.3 Uji Hipotesis	95
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI DAN KETERBATASAN	
PENELITIAN	104
5.1 Simpulan.....	104
5.2 Implikasi	105
5.3 Rekomendasi	105
5.4 Keterbatasan Penelitian	107
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Jumlah Nasabah Bank Syariah dan Bank Konvensional	4
Tabel 1. 2 Mobile Banking yang Paling Diminati	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Semantic Differential	53
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran Kategori.....	55
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan Syariah	56
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Digital Marketing	57
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	57
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat	58
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Variabel Literasi Keuangan Syariah Tiap Item Pertanyaan	73
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Literasi Keuangan Syariah	73
Tabel 4. 3 Karakteristik Variabel Literasi Keuangan Syariah untuk Skor Variabel	74
Tabel 4. 4 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Literasi Keuangan Syariah Tiap Responden	75
Tabel 4. 5 Pemaknaan Kategori Variabel Literasi Keuangan Syariah.....	76
Tabel 4. 6 Karakteristik Variabel Digital Marketing Tiap Item Pertanyaan.....	77
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Digital Marketing...	78
Tabel 4. 8 Karakteristik Variabel Digital Marketing untuk Skor Variabel.....	79
Tabel 4. 9 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Digital Marketing Tiap Responden	80
Tabel 4. 10 Pemaknaan Kategori Variabel Digital Marketing.....	80
Tabel 4. 11 Karakteristik Variabel Kepercayaan Tiap Item Pertanyaan	82
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Kepercayaan.....	82
Tabel 4. 13 Karakteristik Variabel Kepercayaan untuk Skor Variabel.....	84
Tabel 4. 14 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Kepercayaan Tiap Responden ..	84
Tabel 4. 15 Pemaknaan Kategori Variabel Kepercayaan.....	85
Tabel 4. 16 Karakteristik Variabel Minat Tiap Item Pertanyaan	86
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Minat	87
Tabel 4. 18 Karakteristik Variabel Minat untuk Skor Variabel	88
Tabel 4. 19 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Minat Tiap Responden	89
Tabel 4. 20 Pemaknaan Kategori Variabel Minat.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perbandingan Market Share Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah	1
Gambar 1. 2 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah Tahun 2022	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Generasi	68
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	70
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	71
Gambar 4. 7 Hasil Analisis Regresi Berganda	94
Gambar 4. 8 Hasil Uji F	96
Gambar 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97
Gambar 4. 10 Hasil Uji T Statistik	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	115
Lampiran 2 Data Responden Penelitian	124
Lampiran 3 Hasil Skoring Angket Penelitian	130
Lampiran 4 Hasil Pengolahan SPSS	150
Lampiran 5 R-Tabel, T-Tabel	154
Lampiran 6 Surat Keputusan Dosen Pembimbing Skripsi.....	156
Lampiran 7 Kartu Bimbingan Skripsi	159
Lampiran 8 Surat Undangan Jadwal Sidang Skripsi.....	162
Lampiran 9 Cek Plagiarisme	164
Lampiran 10 Hasil Perbaikan Skripsi	165
Lampiran 11 Curriculum Vitae Penulis	168

DAFTAR PUSTAKA

- Adela, D., & Sari, M. (2024). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia: Studi Kasus Masyarakat Desa Tanjung Sari. *El-MAL : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3377-3378.
- Afriyanti, I., & Arwani, A. (2022). Determinan Kepercayaan, Lingkungan Sosial, Pendapatan dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Lembaga Keuangan Syariah. *JIEF - Journal of Islamic Economics and Finance*.
- Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam menabung di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2, Nomor 1*, 44.
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing pada Hotel Kila di Kabupaten Lombok Barat Paten Lombok Barat. *Jurnal Visionary*, 26.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah : Studi pada Mahasiswa S1 FE Universitas Sriwijaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, Volume 5 No 4*.
- Bank Mega Syariah. (2023, Maret 2). *Pahami Apa Itu Bank Syariah, Ciri, Fungsi, dan Produknya*. Retrieved from [www.megasyariah.co.id: https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/simpanan/bank-syariah-adalah](https://www.megasyariah.co.id/id/artikel/edukasi-tips/simpanan/bank-syariah-adalah)
- CNBC Indonesia. (2024, Maret 10). *10 Negara Dengan Umat Muslim Terbanyak Di Dunia, RI Nomor Berapa?* Retrieved from [www.cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/research/20240310150636-128-521083/10-negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-di-dunia-ri-nomor-berapa](https://www.cnbcindonesia.com/research/20240310150636-128-521083/10-negara-dengan-umat-muslim-terbanyak-di-dunia-ri-nomor-berapa)
- Databoks. (2024, 02 15). *Jumlah Penduduk di 38 Provinsi Indonesia Desember 2023*. Retrieved from [databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/15/jumlah-penduduk-di-38-provinsi-indonesia-desember-2023](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/15/jumlah-penduduk-di-38-provinsi-indonesia-desember-2023)
- Dewi, W. W. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press.
- Dunakhe, K., & Chetan Panse. (2022). Impact of digital marketing – a bibliometric review. *Emerald*.
- Events, Hutagaol, J., & Bangun, N. B. (2024). *The Influence of Online Customer Reviews, Trust And Ratings on Purchasing Interest in The Tokopedia Marketplace on UNPRI Faculty of Psychology Students*. *Jurnal Ekonomi*.
- F., H. J., C., B. W., J., B. B., Anderson, & E., A. R. (2021). Multivariate Data.
- Fauzi, A., & Murniawaty, I. (2020). Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Mahasiswa Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah. *Economic Education Analysis Journal*.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Diponegoro: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibi, R., Novia, A., & Hulwati. (2024). Minat Menabung Kalangan Milenial pada Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan, Kepercayaan Serta Dimoderasi Oleh Halal Lifestyle. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*.

- Hadiyati, R., Harto, B., Ekowati, D., & Santosa, S. (2023). *Analysis of The Influence of Financial Literacy Digitalization, Digital Word of Mouth, Digital Marketing and Brand Image on Z's Generation Saving Intention in Sharia Banking*. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*.
- Ilfiti, 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)*.
- Ismail, F. F., & Sudarmadi, D. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi dan Pengendalian Internal terhadap Kinerja Karyawan PT. Beton Elemen Persada. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)*, Vol. 3 No. 1 .
- Jibril, A. (2021). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Kasinem. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 332.
- Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2023, Desember 27). *Alhamdulillah, Indonesia Raih Ranking Tiga di SGIE 2023*. Retrieved from halal.kemenperin.go.id: https://halal.kemenperin.go.id/alhamdulillah-indonesia-raih-ranking-tiga-di-sgie-2023/
- KNEKS. (2018). *Masterplan Ekonom Syariah Indonesia 2019-2024*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Lestari, R. N., Huda, M., & Karman, A. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Febi IAIN Fattahul Muluk Papua. *Oikonomika: Jurnal kajian ekonomi dan keuangan syariah*.
- Liesander, I., & Dharmayanti, D. (2017). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Lima di Jawa Timur. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Ltifi, M., Hikkerova, L., Aliouat, B., & Gharbi, J. (2016). *The determinants of the choice of Islamic Banks in Tunisia*. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 34 No. 5.
- Masyithoh, I. N., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Kreatif*.
- Muhammad, A. R., & Widodo, T. (2023). Azan Rahmat Muhammad dan Teguh Widodo. *The Influence of Social Media Marketing on Wardah's Product Buying Interest mediated by Customer Trust*.
- Mustamin, S. W., & Jasri. (2022). Analisis Pengaruh Quality service dan Promosi terhadap Tingkat Minat Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1692-1693.

- Nanda, T. S., Ayumiati, & Wahyu, R. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Syariah: Studi pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 144-145.
- Nuraini, P., & Cheumar, M. (2023). *An Analysis Of The Influence of Sharia Financial Literacy on Interest in Using Sharia Bank Products. International Economic and Finance Review (IEFR)*, 93-94.
- Nuraini, P., Alfani, M. H., Muyasaroh, N., & Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Persepsi Terhadap Minat Menggunakan Produk Syariah. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 292.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Konsep Operasional Perbankan Syariah*. Retrieved from ojk.go.id: <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Konsep-Operasional-PBS.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Literasi Keuangan*. Retrieved from ojk.go.id: <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Prinsip dan Konsep Dasar Perbankan Syariah*. Retrieved from ojk.go.id: <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Pages/Prinsip-dan-Konsep-PB-Syariah.aspx>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Memperkuat Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Statistika Perbankan Syariah*. Retrieved from ojk.go.id: <https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/default.aspx>
- Pratiwi, A. C., Nofirda, F. A., & Akhmad, I. (2022). Pengaruh Pemasaran Digital, Kepercayaan Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Produk Import pada Perdagangan Elektronik Aliexpress. *DeReMa (Development of Research Management): Jurnal Manajemen*.
- Puspitasari, V. E., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah. *JIEFeS : Journal of Islamic Economics and Finance Studies Volume 2, No. 2*.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Banjarmasin, Kalimantan Selatan: Antasari Press.
- Rahmanto, D. N., Irsyad, S. M., Nurwiyanti, F., Kamal, A., & San, A. A. (2023). Islamic Banks: Study of Financial Literacy, Digital Marketing, Accessibility, Age, and Education. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 67.
- Rahmawati, A., & Hamdan, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk-produk Bank Syariah. *Proceedings of International Conference On Islam Education Management and Sharia Economics*.
- Rauf, A., Manullang, S. O., Ardiansyah P.S, T. E., Diba, F., Akbar, I., Awaluddin, R., . . . Sudarmanto, E. (2022). *Digital Marketing : Konsep dan Strategi*. Cirebon: Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin Gunung Jati.
- Riptiono, S., Suroso, A., & Anggraeni, A. I. (2020). Examining The Determinant Factors on Consumer Switching Intention Toward Islamic Bank in Central Java, Indonesia. *Hummanities & Social Sciences Reviews*.

- Rizza, M., & Susilo, E. (2024). *The Influence of Sharia Financial Literacy, Technological Advances, Return Expectations, and Minimum Capital on Generation Z's Interest in Investing in the Sharia Capital Market. Mutanaqisah: Journal of Islamic Banking.*
- Romadhon, A., Marlien, R., & Widyasari, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Kepercayaan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli (Studi pada Akun Instagram Kwaii Coklat). *Proceeding SENDIU*, 702.
- Safitri, Z. N., Restuningdiah, N., & Makaryanawati. (2023). The Effect of Credit Interest Rates, Digital Marketing, and Social Influence on Millennial Generation's Interest in Adopting Online Loan Services (Peer to Peer Lending). *International Journal of Sosial Science, Education, Communication and Economics.*
- Salim, Y. U., & Widaningsih, S. (2017). *Analysis of Customer Buying Intention on English Course Program at Languange Course Northern Lights Education Center (NLEC) Bandung. e-Proceeding of Applied Science*, 523.
- Salsabilla, & Rahayu, Y. S. (2022). *The Effectiveness Of Digital Marketing And The Consistency Of Islamic Branding On Customer Interest In Using The BSI Mobile Application . Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 139.
- Sari, A. J., & Pradesyah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Bandar Parkland, Klang Selangor Malaysia Melakukan Transaksi di Bank Islam. *MANEGGIO : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen.*
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo, Vol. 8 No. 1*, 151-151.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sriyono, Najah, T. Z., Ilmi, S., Aly, D. M., & Muhadi, M. F. (2024). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3537.
- Strategi Nasional Keuangan Inklusif. (2018, Februari 10). *Literasi Keuangan*. Retrieved from [snki.go.id/](https://snki.go.id/literasi-keuangan/): <https://snki.go.id/literasi-keuangan/>
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z dan Minatnya pada Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01).
- Suparno, D., Tjahjowulan, I., Martodiryo, S., Anshary, A. H., Mulyono, Badrian, . . . 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.*
- Ulya, Z. (2020). Pengaruh Kepercayaan dan Promosi terhadap Minat UMKM Mengambil Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Vol. 9 No. 3.*
- Velayati, M. F. (2023). Strategi keuangan di masa pandemi: Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah di Kabupaten Tegal. *Journal of Halal Industry Studies.*
- Widodo. (2019). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Depok: Rajawali Pers.

- Wirartha, I. M. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Zusrony, E. (2021). *Teori Perilaku Konsumen di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.