



## PENGARUH SIKAP GENERASI Z TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DENGAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS MAHASISWA KOTA PAYAKUMBUH TAHUN 2024)

Niken Fitmayuri<sup>1</sup>, Finantyo Eddy Wibowo<sup>2</sup>, Ahmad Nuh<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>STIS Al Wafa Jl. Bengkelroda Cipicung, Bogor, Jawa Barat, 12860, Indonesia  
Email: [nikenfitmayuri1212@gmail.com](mailto:nikenfitmayuri1212@gmail.com)

### Article History

Received: 08-10-2025

Revision: 27-11-2025

Accepted: 03-12-2025

Published: 16-12-2025

**Abstract.** Sharia banking in the financial services sector is an intermediary institution for people who follow Islamic principles which consider bank interest to be haram. The growth of the sharia banking sector requires an understanding of the factors that influence the interest of the younger generation in becoming sharia bank customers. This research aims to analyze the influence of Generation Z attitudes on their interest in becoming Islamic bank customers with Islamic financial literacy as a moderating variable. This study focuses on generation Z in Payakumbuh City in 2024. The research method used was a survey with a quantitative approach, involving Generation Z samples spread across the area. Data was collected through a questionnaire designed to measure attitudes towards Islamic banks, level of Islamic financial literacy, and interest in becoming a customer. Data analysis was carried out using simple regression techniques with moderation to assess the influence of Generation Z attitudes on their interests, as well as the moderating role of Islamic financial literacy. The research results show that a positive attitude towards sharia banks has a significant effect on generation Z's interest in becoming sharia bank customers. Attitudes moderated by sharia financial literacy have no effect on interest in becoming a sharia bank customer. These findings provide important insights for Islamic banks in designing effective marketing and education strategies to attract customers from generation Z.

**Keywords:** Generation Z, Financial Literacy, Sharia Bank

**Abstrak.** Perbankan syariah pada sektor jasa keuangan, menjadi lembaga perantara bagi masyarakat yang mengikuti prinsip Islam yang menganggap bunga bank sebagai haram. Pertumbuhan sektor perbankan syariah memerlukan pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi muda menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap generasi Z terhadap minat mereka menjadi nasabah bank syariah dengan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi. Studi ini difokuskan pada generasi Z yang berada di Kota Payakumbuh tahun 2024. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan pendekatan kuantitatif, melibatkan sampel generasi Z yang tersebar di daerah tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur sikap terhadap bank syariah, tingkat literasi keuangan syariah, serta minat untuk menjadi nasabah. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi sederhana dengan moderasi untuk menilai pengaruh sikap generasi Z terhadap minat mereka, serta peran moderasi literasi keuangan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap positif terhadap bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z untuk menjadi nasabah bank syariah. Sikap yang dimoderasi oleh literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat untuk menjadi nasabah bank syariah. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi bank syariah dalam merancang strategi pemasaran dan edukasi yang efektif untuk menarik nasabah dari kalangan generasi Z.

**Kata Kunci:** Generasi Z, Literasi Keuangan, Bank Syariah

**How to Cite:** Fitmayuri, N., Wibowo, F. E., & Nuh, A. (2025). Pengaruh Sikap Generasi Z Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Mahasiswa Kota Payakumbuh Tahun 2024). *PRODUCTIVITY: Journal of Integrated Business, Management, and Accounting Research*, 2 (2), 99-106. <http://doi.org/10.54373/product.v2i2.71>

## PENDAHULUAN

Fenomena perbankan syariah di sektor jasa keuangan telah menjadi lembaga perantara bagi masyarakat yang mengikuti prinsip Islam, dengan tujuan untuk menghindari riba, maysir, bathil, dan gharar (Khotimah, 2018). Di Indonesia, keberadaan bank syariah didukung oleh landasan hukum dalam UU No.21 tahun 2008 tentang Bank Syariah. Bank syariah menjadi pilihan alternatif bagi sebagian masyarakat yang menganggap bunga bank sebagai haram karena dianggap riba (Lestari, 2015). Bank Muamalat, didirikan pada tahun 1992 oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), pemerintah, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (CMI), dan pengusaha muslim, merupakan bank syariah pertama yang tumbuh pesat di Indonesia (Maharani et al., 2021). Kegiatan perekonomian suatu negara selalu berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang termasuk Negara Indonesia. Salah satu lembaga keuangan yang memiliki tujuan untuk meningkatkan perekonomian suatu negara adalah perbankan (Irawan et al., 2021). Bank syariah memiliki sistem perbankan yang efektif, efisien, serta tidak berpengaruh terhadap guncangan krisis perekonomian seperti di tahun 1998 yang melanda Negara Indonesia (Rusliani, 2018)

Perbankan syariah didirikan di Indonesia karena beberapa masyarakat muslim memerlukan alternatif sistem bank yang sehat, terpercaya, serta dapat memenuhi keinginan masyarakat terkait layanan jasa yang diberikan berdasarkan hukum Islam serta berlandaskan Al-Quran dan Hadits (Sulastry, 2022). Hubungan antara pertumbuhan dan kemajuan ekonomi dengan peran sektor lembaga keuangan yaitu semakin baik kondisi lembaga keuangan suatu negara, semakin baik pula kondisi ekonomi negara tersebut. Perekonomian akan berjalan lebih cepat jika sistem perbankan negara itu efektif dan efisien (Sulhan, 2008). Perekonomian rakyat adalah salah satu unsur ekonomi yang mendorong pertumbuhan dan pengalokasian dana (Irawan et al., 2021). Dalam dunia modern, ada lembaga yang sangat penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Perbankan adalah salah satu lembaga keuangan yang dapat melakukan hal ini. Secara umum, perbankan adalah bisnis yang memberikan jasa pembayaran, baik melalui sistem konvensional maupun syariah (Jannah, 2014)

Bank konvensional maupun syariah memiliki peran strategis sebagai lembaga keuangan intermediasi dan menyediakan layanan pembayaran (Sulhan, 2008). Ada karakteristik yang memengaruhi sikap calon nasabah saat memilih salah satu dari kedua jenis bank tersebut. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat tentang fitur perbankan konvensional dan syariah dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kedua jenis perbankan (Almahmudi, 2020). Pemahaman tentang bagi hasil dan bunga bank akan mendorong masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah (Kartika, 2020). Setelah memahami keduanya, keinginan untuk berbagi

akan muncul (Muanas, 2014). Jika mereka memperhatikan lebih banyak hal, keinginan mereka untuk menjadi nasabah bank syariah akan terpenuhi.

Literasi keuangan syariah merupakan salah satu faktor latar belakang informasi berupa pengetahuan yang bisa memberi pengaruh minat dan perilaku seseorang menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 1991a). Oleh karena itu, masyarakat membutuhkan pemahaman literasi keuangan tentang perbankan syariah yang bisa diperoleh dari pendidikan formal ataupun informal seperti seminar, kegiatan edukasi dan pelatihan, talkshow agar memunculkan minat seseorang dalam melakukan transaksi di Bank Syariah (Rusdiani, 2020). Literasi keuangan syariah ialah wawasan mengenai nilai Islam yang dimiliki oleh individu dalam mengelola serta menggunakan hartanya guna mencapai kesejahteraan secara seimbang (Maulidya & Putra, 2023).

Minat dapat dikatakan suatu ketertarikan terhadap sesuatu dan kecenderungan memilih apa yang diinginkan (Putri et al., 2019). Salah satunya dengan ketertarikan dan kecenderungan terhadap minat menabung, misalnya kecenderungan seseorang yang religius cenderung memilih bank syariah dari pada bank konvensional karena berdasarkan syariat agama konsep riba dalam bank konvensional itu tidak dibenarkan dalam islam (Khotimah, 2018). Religiusitas cenderung menaati suatu keyakinan, memiliki nilai hukum, dan menjalani suatu ketaatan yang berhubungan dengan keyakinan seseorang. Rohmatun & Dewi (2017) memaparkan bahwa agama sebagai pedoman hidup manusia. Tingkat religiusitas seseorang dapat menentukan perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari. Adiyanto & Purnomo (2021) memaparkan sama seperti cara seseorang dalam berpakaian yang sopan dan sesuai dengan norma-norma agama.

Berdasarkan data market share bank syariah yang masih rendah sehingga sangat penting bagi manajemen bank syariah untuk mengetahui faktor-faktor yang bisa memberi pengaruh pada minat menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* bahwa minat seseorang dipengaruhi oleh aspek latar belakang (Ajzen, 1991b). Aspek yang menjadi latar belakang yaitu personal, informasi, dan sosial. Pertama, aspek personal merupakan sikap atau perilaku individu mengenai sesuatu persepsi seperti persepsi bagi hasil. Kedua, aspek informasi merupakan literasi keuangan syariah dan sarana media seperti layanan *e-banking*. Ketiga, aspek sosial seperti agama (Ajzen, 1991b). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap generasi Z terhadap minat menjadi nasabah bank Syariah dengan literasi keuangan syariah sebagai variabel moderasi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan dengan mendatangi langsung ke lapangan untuk mengumpulkan informasi tentang masalah. Untuk mengumpulkan data, penelitian lapangan menggunakan kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Subjek yang diambil adalah generasi z di Kota Payakumbuh. Berdasarkan Buku Payakumbuh Dalam Angka yang diterbitkan pemerintahan Kota Payakumbuh, jumlah penduduk kota payakumbuh adalah 144.83 ribu dengan jumlah generasi Z dengan rentang usia 12-24 tahun berjumlah 49.600 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Perilaku Mahasiswa. Variabel dependen penelitian ini adalah Minat untuk menjadi nasabah bank syariah. Variabel moderasi dari penelitian ini adalah literasi keuangan syariah. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *moderated regression analysis (MRA)*, *outer model*, dan *inner structural model*. Uji hipotesis yang digunakan yaitu *T-test*, *R-Square*, dan *F-Square*

## HASIL DAN DISKUSI

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden mengacu pada atribut atau variabel yang digunakan untuk menggambarkan atau mengidentifikasi individu yang berpartisipasi dalam sebuah penelitian atau survei.

**Tabel 1.** Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Presentase  |
|---------------|------------------|-------------|
| Laki-laki     | 38               | 29.7%       |
| Perempuan     | 90               | 70.3%       |
| <b>Total</b>  | <b>128</b>       | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 38 orang atau setara dengan 29.4% dari jumlah responden dan responden Perempuan berjumlah 90 orang atau setara dengan 70.6% dari total responden.

**Tabel 2.** Karakteristik responden berdasarkan usia

| Usia         | Jumlah Responden | Presentase  |
|--------------|------------------|-------------|
| 1997-2002    | 65               | 50,8%       |
| 2003-2008    | 51               | 39.8%       |
| 2009-2012    | 12               | 9.4%        |
| <b>Total</b> | <b>128</b>       | <b>100%</b> |

Sumber: Olahan data, 2024

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan rentang usia 1997-2002 berjumlah 65 orang, rentang usia 2003-2008 berjumlah 51 orang, rentang usia 2009-2012 berjumlah 12 orang.

**Tabel 3.** Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Presentase</b> |
|----------------------|-------------------------|-------------------|
| Laki-laki            | 29                      | 29.7%             |
| Perempuan            | 69                      | 70.3%             |
| <b>Total</b>         | <b>98</b>               | <b>100%</b>       |

Sumber: Olahan data, 2024

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 13 orang atau setara dengan 19.4% dari jumlah responden dan responden Perempuan berjumlah 54 orang atau setara dengan 80.6% dari total responden.

**Tabel 4.** Karakteristik responden berdasarkan kepemilikan bank syariah

| <b>Jenis Kelamin</b>                 | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Presentase</b> |
|--------------------------------------|-------------------------|-------------------|
| Memiliki Rekening Bank Syariah       | 76                      | 59.4%             |
| Tidak Memiliki Rekening Bank Syariah | 52                      | 40.6%             |
| <b>Total</b>                         | <b>98</b>               | <b>100%</b>       |

Sumber: Olahan data, 2024

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa responden dengan kepemilikan rekening bank syariah berjumlah 76 orang atau setara dengan 59.4% dari jumlah responden dan responden yang tidak memiliki rekening bank syariah berjumlah 52 orang atau setara dengan 40.6% dari total responden.

### **Analisis Struktural Model (*Inner Model*)**

**Tabel 5.** Hasil Uji R-Square

| <b>Variabel</b>  | <b>R-Square</b> | <b>Adjusted R-Squared</b> |
|------------------|-----------------|---------------------------|
| Sikap Generasi Z | 0.687           | 0.677                     |

Sumber: Data Olahan SmartPLS 4, 2024

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan nilai R-square untuk variabel sikap mahasiswa sebesar 0.687 atau setara dengan 68.7%. Nilai tersebut mengidentifikasi bahwa pengetahuan mahasiswa berpengaruh sebesar 68.7% terhadap sikap mahasiswa. Sedangkan 31.3% dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah memiliki nilai Adjusted R-Square sebesar 0.677 atau setara dengan 67.7%. Nilai tersebut mengidentifikasi bahwa pengetahuan mahasiswa dan sikap mahasiswa berpengaruh sebesar 67.7% terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan 32.3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

**Tabel 6. Hasil Uji F-Square**

| Variabel  | F-Square |
|---|----------|
| Sikap Generasi z Terhadap Minat Untuk Menjadi nasabah Bank Syariah  | 0,384    |
| Sikap Generasi Z Terhadap Minat Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah Yang Dimoderasi Oleh Literasi Keuangan Syariah | 0.025    |

Sumber: Data Olahan SmartPLS 4, 2024

Berdasarkan tabel 6 disimpulkan bahwa pengaruh variabel sikap generasi z terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah diperoleh nilai 0.384, dimana angka tersebut lebih besar dari 0.35 maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa memiliki pengaruh besar terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Variabel sikap generasi z terhadap minat untuk menjadi nasabah bank syariah dimoderasi oleh literasi keuangan syariah diperoleh nilai 0.025, dimana angka tersebut lebih kecil daripada 0.02 maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan mahasiswa memiliki pengaruh yang kecil atau dapat diabaikan..

**Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis**

| Variabel  | P-Value |
|---|---------|
| Sikap Generasi Z → Minat Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah | 0.000   |

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2024

Variabel sikap generasi z (X) terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah (Y) memperoleh nilai *p-value* sebesar 0.000. Dimana *probability* lebih kecil 0.05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah.

**Tabel 8. Hasil Moderating Regression Analysis**

| Variabel  | P-Value |
|---|---------|
| Sikap Generasi Z yang dimoderasi oleh Lierasi Keuangan Syariah → Minat UNtuk Menjadi Nasabah Bank Syariah | 0.298   |

Sumber: Olahan Data SmartPLS Ver.4, 2024

Variabel sikap generasi z (X) terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah (Y) yang dimoderasi oleh variable literasi keuangan syariah memperoleh nilai *p-value* sebesar 0.298. Dimana *probability* lebih besar 0.05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel sikap generasi z yang dimoderasi oleh literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sikap generasi z berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk

menjadi nasabah bank syariah. Hasil T-test menunjukkan *probability* sebesar 0.000, dimana angka tersebut lebih kecil dibandingkan 0.05. Sehingga dapat diartikan bahwa sikap generasi z berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Dengan demikian, pernyataan yang menyatakan bahwa sikap mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah diterima

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Pengaruh Sikap Generasi Z Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Dengan Literasi Keuangan Syariah Sebagai Variabel Moderasi. Hasil T-test menunjukkan *probability* sebesar 0.298, dimana angka tersebut lebih besar dibandingkan 0.05. Sehingga dapat diartikan bahwa sikap generasi z yang dimoderasi oleh literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Dengan demikian, pernyataan yang menyatakan bahwa sikap generasi z yang dimoderasi oleh literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah ditolak

## KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa sikap generasi z berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan sikap generasi z yang dimoderasi oleh literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah

## REFERENSI

- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Ajzen. (1991a). *Theory of Planned Behavior*.
- Ajzen, I. (1991b). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 20(2), 179–211.
- Almahmudi, N. M. (2020). Analisis Implementasi Pembiayaan Mudharabah dalam Perkembangan Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia. *Al-Huquq: Journal of Indonesian Islamic Economic Law*. <https://doi.org/10.19105/alhuquq.v2i2.3166>
- Irawan, H., Dianita, I., & Salsabila Mulya, A. D. (2021). Peran Bank Syariah Indonesia Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*. <https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v3i2.686>
- Jannah, N. (2014). *Pengaruh Pemahaman Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Walisongo.
- Kartika, I. S. (2020). Pengaruh Pemahaman Tentang Bagi Hasil Dan Bunga Bank Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents* (Vol. 3, Nomor April).

- Khotimah, N. (2018). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Dan Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, 05(01), 37–48.
- Lestari, N. (2015). Prinsip Bagi Hasil Pada Perbankan Syari' Ah. *Jurnal Hukum Sehasen*, 1(1), 46–66.
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus pada BSI ex BSM). *Jurnal Syarikah*, 7(2), 127–136. [www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)
- Maulidya, M., & Putra, R. (2023). *Determinan Minat Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia ( BSI )*. 13(2), 9–20.
- Muanas, A. (2014). *Perilaku Konsumen*. CV Gerbang Media Aksara.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Rohmatun, K. I., & Dewi, C. K. (2017). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Niat Beli Pada Kosmetik Halal Melalui Sikap. *Jurnal Economica*, 1(1), 27–35.
- Rusdiani, M. F. (2020). Pengaruh Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Inflasi, dan Bi Rate Terhadap Jumlah Deposito Mudharabah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 5(2), 157–174.
- Rusliani, H. (2018). Ekonomi Syariah Solus Dalam Menghadapi Krisis Moneter (Perbandingan Malaysia-Indonesia). *Al-Anwal: Jurnal kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(2), 199–214.
- Sulastry, N. (2022). Sistem Perhitungan Bagi Hasil Simpanan Dan Pembiayaan Akad Mudharabah (Studi Kasus Pada Bank Muamalat). *Journal AK-99*.
- Sulhan, M. (2008). *Manajemen Bank Konvensional dan Syariah, Malang*. UINMalangPress.