

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Objek Penelitian

a. Bank Digital Syariah

Bank Digital Syariah adalah bank yang secara eksklusif menggunakan kantor pusatnya untuk melakukan operasional bisnis perbankan dan menawarkan layanan online atau media elektronik. Karena semata-mata dibangun di atas infrastruktur teknologi informasi digital dan tidak memiliki kantor serta sumber daya manusia yang nyata sesuai kebutuhan, bisnis semacam ini memiliki biaya operasional yang sangat murah, yang menguntungkan bagi bank. Strategi bisnis ini berfokus pada segmen pasar yang ditujukan untuk *mass banking*, yang menawarkan layanan transaksi sederhana bank.¹

Saat ini, Bank Aladin Syariah, Bank Jago Syariah, dan Hijra Bank merupakan bank digital syariah Indonesia. Ketika pertama kali didirikan pada tanggal 16 September 1994, Bank Aladin Syariah dikenal sebagai PT Maybank Nusa Internasional. Aplikasi Aladin telah dipublikasikan pada tahun 2022, dan Bank Aladin Syariah merupakan bank digital syariah pertama di Indonesia yang dapat memfasilitasi transaksi bagi nasabahnya.² Sementara itu, bank jago berdiri di Bandung tahun 1992. Perusahaan ini dikenal Bank Artos Indonesia sebelum berdirinya Bank Jago. Bank Jago resmi meluncurkan keanggotaannya dalam Unit Usaha Syariah (UUS) pada September 2021. Sebelumnya, perusahaan ini konvensional lalu menjadi

¹ Mahmud Yusuf, Sumarno, and Parman Komarudin, "Bank Digital Syariah Di Indonesia: Telaah Regulasi," *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 2 (2022): 271–285.

² Liliia Zherdetska et al., "Digital Banking in the Marketing Mix: Improving the Approach to Evaluation as an Innovative Component," *International Journal of Economics and Management Systems* 6 (2021): 611–619.

syariah. Alhasil, nama Bank Jago kini akan ditambahkan menjadi Bank Jago Syariah. Pembelian BPRS Cempaka Al-Amin oleh Alami Group pada tahun 2021 mendorong terciptanya Hijra Bank. BPRS didorong untuk merangkul transformasi digital oleh Hijra Bank. Hijra Bank menjadi satu-satunya BPRS yang telah memiliki aplikasi *mobile banking*. Aplikasi bank digital Hijra Bank telah berkinerja baik sejak awal Desember 2022.

b. Generasi z

Generasi z lahir antara tahun 1995 hingga 2012. Generasi ini dikatakan sebagai generasi digital atau internet oleh beberapa orang. Menurut Research³, generasi z yakni generasi awal yang benar-benar menjadi bagian dari generasi internet atau *digital native*. Generasi ini lahir pada teknologi digital, termasuk *Personal Computer* (PC), smartphone, konsol game, dan internet berkembang sepenuhnya. Daripada bermain di luar, mereka lebih senang di rumah dan menggunakan internet selama waktu luang mereka.⁴

Hal ini terbukti dari distribusi usia di atas bahwa mayoritas generasi z merupakan mahasiswa. Terdapat 261.998 jiwa di Kabupaten Kudus yang berada pada rentang usia 11–28 tahun.

Generasi Z adalah generasi transisi berteknologi maju yang datang setelah Generasi Milenial. Nama lain untuk Generasi Z adalah *iGeneration*, sering dikenal sebagai Net Generation atau Generasi Internet. Mereka mirip dengan Milenial karena mereka dapat melakukan banyak kegiatan dengan menggunakan ponsel mereka untuk hal-hal seperti nge-tweet, menjelajahi *web* di PC, dan memakai *headphone* untuk mendengarkan musik. Sebagian besar dari apa yang dilakukan berkaitan

³ Grail Research, *Consumers of Tomorrow Insights and Observations About Generation Z*, 2011.

⁴ E. R Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital," *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 2021, 70.

dengan dunia maya. Mereka tumbuh di sekitar teknologi dan terbiasa memakai perangkat canggih, secara tidak langsung memiliki pengaruh pada perilaku mereka.

c. Sejarah Berdirinya Kabupaten Kudus

Kabupaten Kudus ada di Provinsi Jawa Tengah. Salah satu orang yang membawakan peran penting berdirinya Kota Kudus yakni Ja'far Shoddiq, juga dikenal sebagai Sunan Kudus. Di wilayah Kudus, Sunan Kudus mendirikan masjid tahun 1956 H/1548 M. Nama asli masjid, al-Manar/al-Aqsa, diambil dari nama masjid al-Aqsa di Yerusalem. Al-Quds atau Yerusalem, adalah nama lain untuk kota ini. Kata Kudus saat ini dipakai sebagai nama Kota Suci, berasal dari bahasa Arab Al-Quds. Wilayah Kudus sebelumnya dikenal sebagai Loaram, dan Desa Loram masih disebut dengan nama ini sampai sekarang. Di Kauman Kulon, masjid yang dibangun oleh Sunan Kudus disebut sebagai masjid Menara. Jumlah orang yang telah masuk Islam sejak Sunan Kudus tiba di daerah tersebut telah berkembang ke titik di mana lingkungan di sekitar masjid dikenal sebagai Kauman, artinya kediaman umat Islam.

Tanggal 23 September 1549 M yakni hari jadi Kota Kudus, sebagaimana dinyatakan dan dibuat pada Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 11 Tahun 1990 mengenai HUT Kudus, diterbitkan pada 6 Juli 1990, tepatnya saat era pemerintahan Bupati Kolonel Soedarsono. Ulang tahun Kota Kudus diperingati di Masjid Al Aqsa/Menara dengan parade, perayaan, doa, dan acara lainnya, yang semuanya diikuti oleh ritual keagamaan..⁵

Luas total Kabupaten Kudus yakni 42.516 hektar/kurang lebih 1,3% dari Provinsi Jawa Tengah. 20.561 Ha (48,3%) dari wilayah ini adalah lahan pertanian yang digunakan untuk produksi sawah, sedangkan 9.791 Ha (23,36%) merupakan lahan

⁵ Pemerintah Kabupaten Kudus Daring, "Profil Kabupaten Kudus,"
Diakses Pada 5 Maret 2024,
https://kuduskab.go.id/page/profil_kabupaten_kudus.

pertanian yang digunakan untuk lahan bukan sawah. Sedangkan 12.164 Ha (28,61 persen) dari sisa lahan tidak digunakan untuk pertanian.

Kabupaten Kudus berada di antara 4 Kabupaten: Kabupaten Pati, Demak, dan Grobogan di selatan, Kabupaten Demak dan Demak di barat, dan Kabupaten Jepara dan Demak di utara. Secara astronomis, berada antara 6°51' dan 7°16' lintang selatan dan antara 110°36' dan 110°50' bujur timur. Kabupaten Kudus secara administratif dibagi menjadi 9 Kecamatan: Kota, Jati, Kaliwungu, Undaan, Mejobo, Jekulo, Bae, Gebog, Dawe serta ada 123 desa dan 9 kelurahan. Serta terdapat 261.998 generasi z di Kabupaten Kudus⁶

2. Analisis Deskriptif

Responden penelitian adalah Generasi Z yang tinggal di Kabupaten Kudus tetapi belum menjadi nasabah Bank Digital Syariah. Tanggapan yang diberikan oleh responden penelitian beragam dan bervariasi. Akibatnya, peneliti membagi menjadi beberapa kelompok tertentu. Tanggapan responden ini digunakan untuk memenuhi dan membantu dalam pemahaman temuan penelitian. Penelitian ini digolongkan menurut jenis kelamin, usia, kecamatan, pendidikan terakhir, dan profesi. *Nonprobability sampling* memakai metode *purposive sampling* yakni teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan deskripsi klasifikasi responden:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin, yang ditentukan oleh temuan pengolahan data, yakni:

Tabel 4. 1

Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	39	38,6%
Perempuan	62	61,4%
Total	101	100%

⁶ Badan Pusat Statistik, "Geografi Kabupaten Kudus," *Diakses Pada 5 Maret 2024* (Kabupaten Kudus), <https://kuduskab.bps.go.id/subject/153/geografi.html#subjekViewTab3>.

Sumber: data primer yang telah diolah, 2024

Dari tabel 4.1, menyatakan yakni terdapat 39 responden laki-laki dan 62 responden perempuan.

b. Berdasarkan Usia

Karakteristik responden menurut usia, sebagaimana ditentukan oleh temuan pengolahan data, yakni:

Tabel 4. 2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
17-19	7	6,9%
20-24	80	79,2%
25-28	14	13,9%
Total	101	100%

Sumber: data primer yang telah diolah, 2024

Pada tabel 4.2, menyatakan yakni 80 responden yang mengisi kuesioner berusia antara 20-24 tahun, diikuti oleh 7 responden berusia 17-19 tahun, dan 14 responden berusia antara 25-28 tahun. Ini menunjukkan dominasi responden yang lebih besar yaitu antara usia 20-24 tahun.

c. Berdasarkan Kecamatan

Karakteristik responden berdasarkan kecamatan, sebagaimana ditentukan oleh temuan pengolahan data, yakni:

Tabel 4. 3
Kecamatan Responden

Kecamatan	Jumlah	Persentase (%)
Kota	23	22,8%
Jati	13	12,9%
Kaliwungu	17	16,8%
Undaan	7	6,9%
Mejobo	9	8,9%
Jekulo	5	5%
Bae	14	13,9%
Gebog	7	6,9%
Dawe	6	5,9%
Total	101	100%

Sumber: data primer yang telah diolah, 2024

Dari tabel 4.3, menunjukkan yang mendominasi adalah Kecamatan Kota, terhitung 23 responden, Jati 13 responden, Kaliwungu 17 responden, Undaan 7 responden, Mejobo 9 responden, Jekulo 5 responden, Bae 14 responden, Gebog 7 responden, dan Dawe terhitung 6 responden.

d. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, sebagaimana ditentukan oleh temuan pengolahan data, yakni:

Tabel 4. 4
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
SD/Sederajat	0	0%
SMP/Sederajat	0	0%
SMA/Sederajat	71	70,3%
S1	29	28,7%
S2/S3	1	1%
Total	101	100%

Sumber: data primer yang telah diolah, 2024

Dari tabel 4.4, menunjukkan yang mendominasi adalah pendidikan terakhir SMA/Sederajat, terhitung 71 responden, pendidikan SD/Sederajat terhitung 0 responden, pendidikan SMP/Sederajat terhitung 0 responden, pendidikan S1 terhitung 29 responden, dan pendidikan S2/S3 terhitung 1 responden.

e. Berdasarkan Profesi

Karakteristik responden berdasarkan profesi, sebagaimana ditentukan oleh temuan pengolahan data, yakni:

Tabel 4. 5
Profesi Responden

Profesi Responden	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	45	44,5%
Pedagang/Wiraswasta	27	26,7%

Karyawan Swasta	25	24,8%
ASN/BUMN	4	4%
Lainnya	0	0%
Total	101	100%

Sumber: data primer yang telah diolah, 2024

Pada tabel 4.5, menunjukkan yakni responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa, terhitung 45 responden Kemudian pedagang/wiraswasta terhitung 27 responden, karyawan swasta terhitung 25 responden, ASN/BUMN terhitung 4 responden dan profesi lainnya terhitung 0 responden

3. Deskripsi Tanggapan Responden

Dari kuesioner yang telah disebarakan sejumlah 101 semua sampel layak diproses, yang mana jumlahnya memenuhi persyaratan sampel yang dipakai guna penelitian, maka setelah melakukan pengamatan jawaban responden yakni dipakai guna menganalisis data dan hasil tiap-tiap indikator. Pada penelitian ini cara menilainya menggunakan skala likert 5 sampai 1.

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{Rentang Skala} = 0,8$$

Standar dari kelasnya yaitu sebagai berikut :

4,21 - 5,00 = Sangat tinggi

3,41 - 4,20 = Tinggi

2,61 - 3,40 = Cukup

1,81 - 2,60 = Rendah

1,00 - 1,80 = Sangat rendah

Tabel 4. 6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Generasi

Z

No	Indikator	1	2	3	4	5	Rata-Rata
1	Saya merasa bank digital syariah cenderung praktis dan berperilaku instan (speed) dalam bertransaksi	0	0	14	44	43	4,3
2	Saya menggunakan bank digital	0	0	11	49	41	4,3

	syariah karena cinta kebebasan dan memiliki percaya diri tinggi						
3	Saya cenderung menyukai hal yang detail saat memilih bank yang akan digunakan	0	1	14	33	53	4,4
4	Saya berkeinginan besar untuk mendapatkan pengakuan dalam menggunakan bank digital syariah	0	3	10	43	45	4,3
5	Saya menggunakan bank digital syariah dengan memanfaatkan digital dan teknologi informasi	0	0	7	50	44	4,4

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.6, tanggapan responden masuk kategori sangat setuju yang mendapatkan paling tinggi yaitu terdapat pada indikator ketiga dan kelima dengan rata-rata 4,4.

Tabel 4. 7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan

No	Indikator	1	2	3	4	5	Rata-Rata
1	Saya dapat mengandalkan bank digital syariah dalam melakukan transaksi dimanapun	0	2	12	25	62	4,5
2	Bank digital syariah memiliki kepedulian terhadap nasabahnya	0	4	14	50	33	4,1
3	Bank digital syariah memiliki kinerja dan layanan yang memuaskan	0	3	22	36	40	4,1
4	Saya percaya bank digital syariah mampu memberikan pelayanan yang terbaik	0	2	18	48	33	4,1
5	Saya percaya bertransaksi	0	2	11	53	35	4,2

menggunakan bank digital syariah mampu memenuhi kepuasan transaksi saya sebagai generasi z						
--	--	--	--	--	--	--

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.7, tanggapan responden masuk kategori sangat setuju yang mendapatkan paling tinggi yaitu terdapat pada indikator pertama dengan rata-rata 4,5.

Tabel 4. 8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fitur Layanan

No	Indikator	1	2	3	4	5	Rata-Rata
1	Layanan bank digital syariah memiliki kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa	0	2	6	35	58	4,5
2	Layanan bank digital syariah memiliki keberagaman layanan transaksi	0	0	8	46	47	4,4
3	Layanan bank digital syariah memiliki berbagai jenis layanan transaksi yang dapat diakses	0	3	6	40	55	4,5
4	Layanan bank digital syariah memiliki keberagaman fitur	0	0	9	43	49	4,4
5	Layanan bank digital syariah memiliki inovasi produk	0	0	11	43	47	4,4

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.8, tanggapan responden masuk kategori sangat setuju yang mendapatkan paling

tinggi yaitu terdapat pada indikator pertama dan ketiga dengan rata-rata 4,5.

Tabel 4. 9

Tanggapan Responden Terhadap Variabel *Behavior Intention*

No	Indikator	1	2	3	4	5	Rata-Rata
1	Saya memiliki minat dan niat menabung di bank digital syariah	0	0	3	29	69	4,7
2	Bank digital syariah menjadi pilihan utama saya untuk bertransaksi non cash	0	0	5	48	48	4,4
3	Setelah saya mendapatkan semua informasi bank digital syariah dari orang lain saya menggunakannya tanpa ada keraguan	0	0	7	38	56	4,5
4	Saya akan merekomendasikan bank digital syariah kepada orang lain	0	1	11	56	33	4,2
5	Saya merasa tertarik dengan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah bank digital syariah	0	0	4	52	45	4,4

Sumber: data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.9, tanggapan responden masuk kategori sangat setuju yang mendapatkan paling tinggi yaitu terdapat pada indikator pertama dengan rata-rata 4,7.

4. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Data yang diolah pada penelitian ini yakni menyebar kuesioner pada generasi z yang berada di Kabupaten Kudus dan sudah menjadi nasabah Bank

Digital Syariah dan diperoleh sebanyak 101 responden. Dan untuk uji non responden yang diambil sebanyak 30 responden. Ada 20 pernyataan pada kuesioner. Setiap variabel juga memiliki pernyataannya sendiri. Variabel Pengaruh Generasi Z (X_1) memiliki 5 indikator dengan 5 butir pernyataan, Kepercayaan (X_2) memiliki 3 indikator dengan 5 butir pernyataan, Fitur Layanan (X_3) memiliki 4 indikator dengan 5 butir pernyataan dan *Behavior Intention* (Y) memiliki 3 indikator dengan 5 pernyataan.

Hasil dari data ini diolah menggunakan SPSS versi 26, sampel yang digunakan dianggap valid jika koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel. Dengan taraf signifikansi 5% (0,05), r tabel diperoleh untuk 101 responden dengan $(df) = 101-2 = 99$ adalah 0,1956. 4 variabel yang ada pada kuesioner ini, yakni Perilaku Generasi Z, Kepercayaan, Fitur Layanan, dan *Behavior Intention*. Berikut merupakan hasil dari uji validitas:

1. Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden
Seluruh sampel yaitu 30, dengan $(df) = 30-2 = 28$. Dengan tingkat signifikansi 5% (0,05), maka diperoleh r tabel sebesar 0,361.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Non Responden

Pernyataan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
Perilaku Generasi Z (X_1)			
X1.1	0,361	0,922	Valid
X1.2	0,361	0,841	Valid
X1.3	0,361	0,689	Valid
X1.4	0,361	0,894	Valid
X1.5	0,361	0,805	Valid
Kepercayaan (X_2)			
X2.1	0,361	0,784	Valid
X2.2	0,361	0,934	Valid
X2.3	0,361	0,872	Valid
X2.4	0,361	0,857	Valid
X2.5	0,361	0,844	Valid

Fitur Layanan (X₃)			
X3.1	0,361	0,673	Valid
X3.2	0,361	0,838	Valid
X3.3	0,361	0,778	Valid
X3.4	0,361	0,862	Valid
X3.5	0,361	0,811	Valid
Behavior Intention (Y)			
Y.1	0,361	0,665	Valid
Y.2	0,361	0,818	Valid
Y.3	0,361	0,676	Valid
Y.4	0,361	0,684	Valid
Y.5	0,361	0,666	Valid

Sumber: data diolah memakai SPSS 26, 2024

Pada tabel 4.10, menurut item pernyataan yang diserahkan kepada 30 non responden, data menunjukkan semua item pernyataan pada variabel perilaku generasi z, kepercayaan, fitur layanan, dan *behavior intention* mempunyai r hitung lebih besar dari nilai 0,361 r tabel. Mengingat hal ini, semua variabel dianggap valid.

2. Hasil Uji Validitas Instrumen Responden

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Responden

Pernyataan	Nilai r tabel	Nilai r hitung	Keterangan
Perilaku Generasi Z (X₁)			
X1.1	0,1956	0,816	Valid
X1.2	0,1956	0,757	Valid
X1.3	0,1956	0,771	Valid
X1.4	0,1956	0,849	Valid
X1.5	0,1956	0,672	Valid
Kepercayaan (X₂)			
X2.1	0,1956	0,839	Valid
X2.2	0,1956	0,883	Valid
X2.3	0,1956	0,790	Valid
X2.4	0,1956	0,832	Valid
X2.5	0,1956	0,851	Valid
Fitur Layanan (X₃)			
X3.1	0,1956	0,716	Valid

X3.2	0,1956	0,699	Valid
X3.3	0,1956	0,732	Valid
X3.4	0,1956	0,752	Valid
X3.5	0,1956	0,710	Valid
<i>Behavior Intention (Y)</i>			
Y.1	0,1956	0,636	Valid
Y.2	0,1956	0,751	Valid
Y.3	0,1956	0,714	Valid
Y.4	0,1956	0,651	Valid
Y.5	0,1956	0,721	Valid

Sumber: data diolah memakai SPSS 26, 2024

Pada tabel 4.11, menurut item pernyataan yang diserahkan kepada 101 responden, data menunjukkan semua item pernyataan pada variabel perilaku generasi z, kepercayaan, fitur layanan, dan *behavior intention* mempunyai r hitung lebih besar dari nilai 0,1956 r tabel. Mengingat hal ini, semua variabel dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan menilai konsistensi dari instrument penelitian. Ketika nilai *cronbach alpha* instrumen penelitian lebih dari 0,60, itu dapat dianggap reliabel. Hasil uji reliabilitas dari variabel perilaku generasi z, kepercayaan, fitur layanan, dan *behavior intention* yang dipakai pada penelitian ini, yakni:

1. Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Tabel 4. 12

Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
Perilaku Generasi Z (X1)	0,883	5	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,904	5	Reliabel
Fitur Layanan (X3)	0,847	5	Reliabel
<i>Behavior Intention (Y)</i>	0,734	5	Reliabel

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Dari tabel 4.12, bahwa nilai *cronbach's alpha* dari variabel perilaku generasi z yakni 0,883, kepercayaan yakni 0,904, fitur layanan yakni 0,847 dan

behavior intention yakni 0,734. Maka, disimpulkan yakni pernyataan pada kuesioner ini reliabel sebab mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60.

2. Hasil Uji Reliabilitas Responden

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reliabilitas Responden

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>	Keterangan
Perilaku Generasi Z (X1)	0,833	5	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,893	5	Reliabel
Fitur Layanan (X3)	0,769	5	Reliabel
<i>Behavior Intention</i> (Y)	0,729	5	Reliabel

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

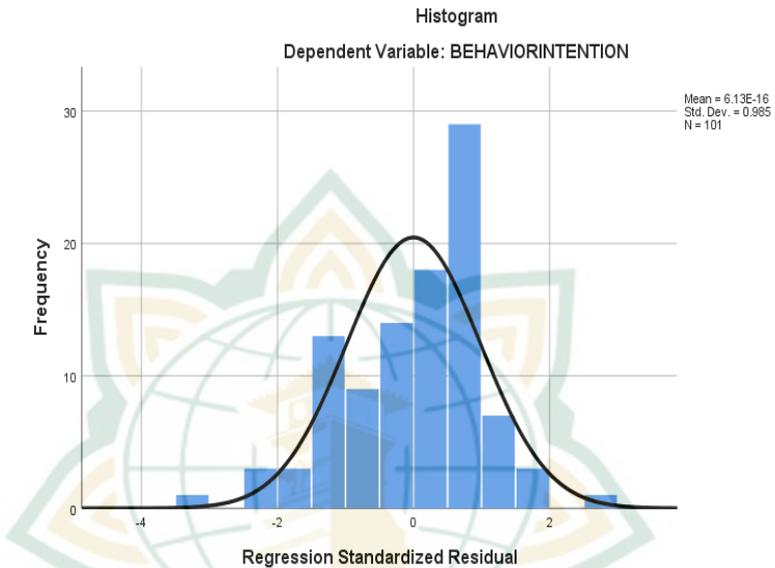
Dari tabel 4.13, bahwa nilai *cronbach's alpha* dari variabel perilaku generasi z yakni 0,833, kepercayaan yakni 0,893, fitur layanan yakni 0,769 dan *behavior intention* yakni 0,729. Maka, disimpulkan yakni pernyataan pada kuesioner ini reliabel sebab mempunyai nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,60.

5. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas yakni guna menentukan apakah variabel pengganggu/residual pada model regresi mempunyai distribusi normal. Analisis grafik dan uji statistik adalah dua metode yang digunakan dalam uji normalitas guna menentukan apakah residual terdistribusi normal/tidak. Berikut temuan uji normalitas memakai analisis grafik dan statistik penelitian ini memakai pengolahan SPSS 26:

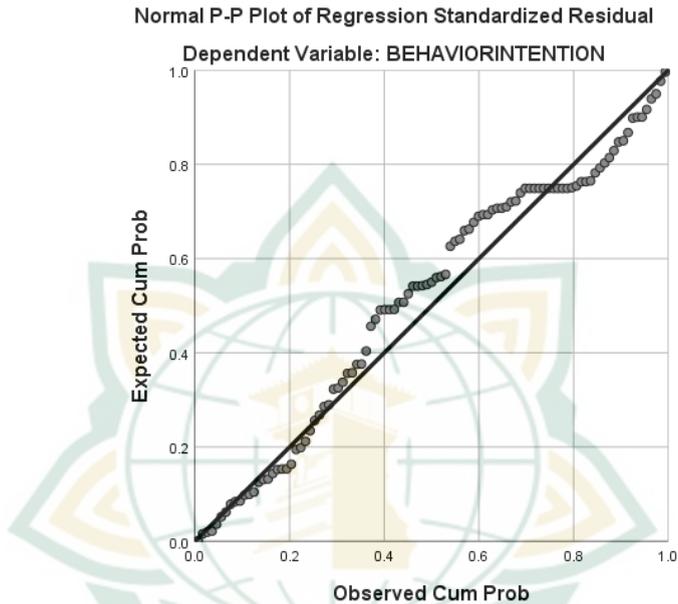
Gambar 4. 1 Uji Normalitas Histogram



Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Dari gambar 4.1 histogram *Regression Standardized Residual* memiliki bentuk kurva menyerupai lonceng dan simetris tidak memiliki kemiringan ke kiri/kanan. Dalam hal ini, data didistribusikan secara normal/nilai residunya normal. Guna menguji normalitas data selain memakai histogram grafik juga memakai P=P Plot.

Gambar 4. 2
Uji Normalitas menggunakan P=P Plot



Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Pada gambar 4.2 menyatakan penyebaran titik data dalam arah garis diagonal dan titik-titik di sekitarnya menunjukkan model asumsi regresi memenuhi asumsi normalitas dan model regresi layak guna menguji pengaruh variabel independen, yakni perilaku generasi z, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap variabel dependen, yakni *behavior intention* untuk menjadi nasabah bank digital syariah.

Tabel 4. 14
Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73683070
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.073
	Negative	-.104
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.009 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.205
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah dengan SPSS 26, 2024

Dari tabel 4.14, tingkat signifikan residual (*Exact Sig*) yakni $0,205 > 0,05$, maka model penelitian mempunyai distribusi data normal/memenuhi asumsi klasik.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berfungsi guna menentukan apakah model regresi mengidentifikasi korelasi antara variabel independen. Hal ini bisa diidentifikasi berdasarkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor*. Guna mengetahui tingkat multikolinieritas yakni nilai toleransi $\leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$. Jika nilai toleransi $\leq 0,10$ atau sama dengan $VIF \geq 10$, dikatakan antar variabel ada multikolinieritas dan tidak ada multikolinieritas jika sebaliknya.⁷ Berikut hasil uji multikolinieritas memakai pengolahan SPSS 26.

⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016).

Tabel 4. 15
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
(Constant)		
Perilaku Generasi Z	0,821	1,218
Kepercayaan	0,743	1,345
Fitur Layanan	0,748	1,338

a. Dependent Variable: BEHAVIORINTENTION

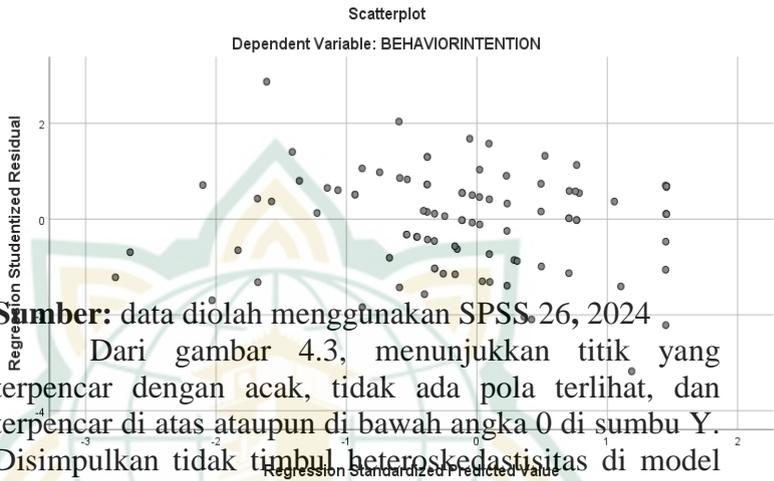
Sumber: data diolah memakai SPSS 26, 2024

Pada tabel 4.15, hasil perhitungan tiap variabel independen mempunyai VIF menggunakan nilai < 10 , yakni 1,218 guna variabel perilaku generasi z, 1,345 guna variabel kepercayaan, dan 1,338 guna variabel fitur layanan. Lalu disimpulkan tidak timbul multikolinearitas. Kemudian nilai *Tolerance* $> 0,10$ yakni 0,821 guna variabel perilaku generasi z, 0,743 guna variabel kepercayaan, dan 0,748 guna variabel fitur layanan. Sehingga disimpulkan model regresi linear berganda tidak ada multikolinearitas antara variabel dependen dengan variabel independen yang lain hingga bisa dipakai dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi guna menguji apakah model regresi timbul perbedaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Adapula uji yang dipakai pada uji heteroskedastisitas ini yakni uji *scatter plot*/grafik sebar, seperti berikut:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah menggunakan SPSS, 26, 2024

Dari gambar 4.3, menunjukkan titik yang terpecah dengan acak, tidak ada pola terlihat, dan terpecah di atas ataupun di bawah angka 0 di sumbu Y. Disimpulkan tidak timbul heteroskedastisitas di model regresi dan model regresi layak dipakai guna memperkirakan *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah berdasarkan variabel independen yaitu perilaku generasi z, kepercayaan dan fitur layanan. Kemudian guna menguji apakah pada model regresi timbul perbedaan *variance* pada residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya bisa memakai uji glejser.

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)					
Perilaku				2,467	,015
Generasi	2,739	1,110		-,889	,376
Z	-,037	,042	-,098	-	,215
Keperca	-,046	,037	-,144	1,248	,708
yaan	,019	,051	,043	4,502	
Fitur					
Layanan					

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Pada tabel 4.16, menyatakan nilai signifikansi variabel perilaku generasi z (X_1) yakni 0,376, kepercayaan (X_2) yakni 0,215, dan fitur layanan (X_3) yakni 0,708. Sebab tingkat signifikansi $> 0,05$, jadi dalam model regresi tidak timbul heteroskedastisitas/dinamakan homoskedastisitas.

6. Hasil Analisis Data

a. Hasil Analisis Regresi Berganda

Model analisis regresi linear berganda pada penelitian ini guna pembuktian hipotesis penelitian. Analisis regresi linear berganda berfungsi guna alat analisis statistik sebab penelitian ini diatur guna meneliti variabel yang berpengaruh pada variabel independen terhadap dependen yang mana variabel yang dipakai lebih dari satu. Semua hasil analisis regresi dipaparkan dalam tabel ini:

Tabel 4. 17
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Error Std.			
1 (Constant)	10.269	1.890		5.43 3	.00 0
PERILAKUGEN Z	.151	.072	.197	2.10 4	.03 8
KEPERCAYAA N	.001	.063	.002	.018	.98 5
FITURLAYANA N	.390	.087	.443	4.50 2	.00 0

a. Dependent Variable: BEHAVIORINTENTION

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Pada tabel 4.17, diartikan suatu persamaan regresi guna mendapati pengaruh perilaku generasi z, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah yakni berikut ini:

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

$$Y = 10,269 + 0,151 X_1 + 0,001 X_2 + 0,390 X_3 + 1,890$$

Diketahui:

Y : *Behavior Intention*

X1 : Perilaku Generasi Z

X2 : Kepercayaan

X3 : Fitur Layanan

β_1 : Koefisien Perilaku Generasi Z

β_2 : Koefisien Kepercayaan

β_3 : Koefisien Fitur Layanan

e : *Standart Error*

Interpretasi pada persamaan regresi di atas yakni:

1. Nilai konstanta persamaan linear menyatakan angka 10,269. Artinya bila variabel Perilaku Generasi Z (X1), Kepercayaan (X2), dan Fitur Layanan (X3) sama dengan nol/konstan, maka *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah sebesar 10,269.
2. Nilai koefisien regresi dalam variabel perilaku generasi z (X1) memiliki nilai 0,151. Ini artinya bila variabel perilaku generasi z mendapati kenaikan satu satuan namun asumsi variabel yang lain tetap, jadi *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah mendapati kenaikan senilai 0,151.
3. Nilai koefisien regresi dalam variabel kepercayaan (X2) memiliki nilai 0,001. Artinya bila variabel kepercayaan mendapati kenaikan satu satuan namun asumsi variabel yang lain tetap, jadi *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah mendapati kenaikan senilai 0,001.
4. Nilai koefisien regresi dalam variabel fitur layanan (X3) memiliki nilai 0,390. Ini artinya bila variabel fitur layanan mendapati kenaikan satu satuan namun

asumsi variabel lainnya tetap, jadi *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah mengalami kenaikan senilai 0,390.

b. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 dasarnya menguji sejauh mana kesanggupan model dapat menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi yakni sekitar nol dan satu. Persentase peralihan variabel dependen (Y) yang diakibatkan variabel independen (X) kian tinggi dengan meningkatnya nilai R^2 . Sebaliknya, penurunan R^2 menunjukkan persentase perubahan yang lebih rendah pada variabel dependen (Y) yang diakibatkan variabel independen (X). Berikut ini tabel yang bisa dipakai guna menentukan variabel yang diteliti:

Tabel 4. 18
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 ^a	.299	.277	1.76348

a. Predictors: (Constant), FITURLAYANAN, PERILAKUGENZ, KEPERCAYAAN

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Pada data tabel 4.18, nilai koefisien R yakni 0,547 berarti variabel bebas mempunyai ikatan yang kuat dengan variabel terikat. Lalu, didapati nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yakni 0,277. Artinya variabel bebas yakni perilaku generasi z, kepercayaan, dan fitur layanan bisa menerangkan variabel terikat yakni *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah saat menerangkan *varians* dari variabel terikatnya yakni senilai 27,7%. Artinya ada 72,3% (100% - 27,7%) lainnya dipengaruhi dengan variabel yang lain tidak ada di analisa penelitian regresi ini.

c. Hasil Uji Hipotesis F (Simultan)

Tujuan dari uji hipotesis simultan adalah guna menguji variabel dependen dan independen di waktu bersamaan. Uji statistik F menyatakan apakah variabel dependen atau bebas secara serentak dipengaruhi oleh salah satu variabel independen/terikat yang termasuk pada model. Uji statistik F dipakai guna melengkapi seluruh pengaruh dari variabel independen yang di uji dalam tingkat signifikan 5%.

Tabel 4. 19
Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	128.481	3	42.827	13.771	.000 ^b
	Residual	301.658	97	3.110		
	Total	430.139	100			

a. Dependent Variable: BEHAVIORINTENTION

b. Predictors: (Constant), FITURLAYANAN, PERILAKUGENZ, KEPERCAYAAN

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Pada tabel 4.19, hasil uji Anova/uji F bisa di amati pada perhitungan nilai f hitung senilai 13,771, lalu f tabel pada penelitian ini menunjukkan $df_1 = k-1$, dan $df_2 = n-k$. Terdapat 3 variabel independen, 1 variabel dependen, dan 101 sampel penelitian. Maka $df_1 = 3-1 = 2$ dan $df_2 = 101-3 = 98$, Sehingga f tabel pada penelitian ini 3,09. Disimpulkan $13,771 > 3,09$ dan probabilitas signifikan pada penelitian ini $0,000 < 0,05$. Jadi kesimpulannya H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh secara serentak/simultan antara variabel independen yakni perilaku generasi z, kepercayaan, dan fitur layanan terhadap variabel dependen yakni *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah.

d. Hasil Uji Hipotesis T (Parsial)

Uji statistik t (uji parsial) dipakai guna tahu ada/tidaknya pengaruh secara signifikan pada tiap-tiap

variabel independen yakni perilaku generasi z, kepercayaan dan fitur layanan secara individual terhadap variabel dependen yaitu *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah yang diuji dalam tingkat signifikansi 0,05. Bila probabilitas signifikan > 0,05, jadi Ho diterima dan Ha ditolak, Lalu bila probabilitas signifikan < 0,05, Ha diterima dan Ho ditolak, artinya suatu variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 20
Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.269	1.890		5.433	.000
	PERILAKUGEN Z	.151	.072	.197	2.104	.038
	KEPERCAYAA N	.001	.063	.002	.018	.985
	FITURLAYANA N	.390	.087	.443	4.502	.000

a. Dependent Variable: BEHAVIORINTENTION

Sumber: data diolah menggunakan SPSS 26, 2024

Dari tabel 4.20, guna tahu besarnya pengaruh tiap-tiap variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yakni:

- a. Pengaruh variabel perilaku generasi z (X1) terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah (Y).

Pada tabel 4.20, diketahui nilai t hitung koefisien perilaku generasi z yakni 2,104. Lalu t tabel dapat dihitung dalam t-test, memakai $\alpha = 0,05$, sebab dipakai hipotesis 2 arah, saat mencari t tabel, nilai α dibagi 2 jadi 0,025 dan $df = 97$ (diperoleh

dari rumus $n-k-1$, dimana n yakni total data dan k yakni total variabel independen). Diperoleh t tabel yakni 1,985.

Variabel perilaku generasi z mempunyai nilai signifikansi $0,038 < 0,05$ diartikan signifikan, Lalu t hitung $> t$ tabel ($2,104 > 1,985$) jadi H_a diterima dan H_o ditolak. Kesimpulannya yakni koefisien perilaku generasi z secara parsial berpengaruh terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah.

- b. Pengaruh variabel kepercayaan (X_2) terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah (Y).

Dari tabel 4.20, diketahui nilai t hitung koefisien kepercayaan yakni 0,018. Lalu t tabel dapat dihitung pada t -test, memakai $\alpha = 0,05$, sebab dipakai hipotesis 2 arah, saat mencari t tabel, nilai α dibagi 2 jadi 0,025 dan $df = 97$ (diperoleh dari rumus $n-k-1$, dimana n yakni total data dan k yakni total variabel independen). Diperoleh t tabel yakni 1,985.

Variabel kepercayaan mempunyai nilai signifikansi $0,985 > 0,05$ diartikan tidak signifikan, lalu t hitung $< t$ tabel ($0,018 < 1,985$) jadi H_o diterima dan H_a ditolak. Kesimpulannya koefisien kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah.

- c. Pengaruh variabel fitur layanan (X_3) terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah (Y).

Dari tabel 4.20, diketahui nilai t hitung koefisien fitur layanan yakni 4,502. Lalu t tabel dapat dihitung dalam t -test, memakai $\alpha = 0,05$, sebab dipakai hipotesis 2 arah, saat mencari t tabel, nilai α dibagi 2 jadi 0,025 dan $df = 97$ (diperoleh dari rumus $n-k-1$, dimana n yakni total data dan k yakni total variabel independen). Diperoleh t tabel yakni 1,985.

Variabel fitur layanan mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ diartikan signifikan, lalu t hitung $> t$ tabel ($4,502 > 1,985$) jadi H_a diterima dan H_o ditolak. Kesimpulannya koefisien fitur layanan secara parsial berpengaruh terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Perilaku Generasi Z Terhadap *Behavior Intention* Menjadi Nasabah Bank Digital Syariah pada Era Revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus.

Perilaku generasi z yakni pola perilaku yang menyanjung, kecerdasan, dan tautan yang tak pisahkan ke internet. Generasi ini lahir sekitar tahun 1995 sampai 2012 dan kini berusia antara 11 sampai 28 tahun.⁸

Pada penelitian ini ada pengaruh signifikan secara parsial antara perilaku generasi z terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah. Maka disimpulkan H_a diterima dan H_o ditolak dengan signifikansi $0,038 < 0,05$, seperti yang ditunjukkan oleh uji statistik t dimana t hitung $> t$ tabel yakni $2,104 > 1,985$. Dimana dapat disimpulkan bahwa *average* tertinggi jawaban responden terdapat pada indikator yang ketiga yaitu “Saya cenderung menyukai hal yang detail saat memilih bank yang akan digunakan” sebesar 4,4 (indikator cenderung menyukai hal yang detail). Sedangkan *average* terendah jawaban responden terdapat pada indikator yang pertama “Saya merasa bank digital syariah cenderung praktis dan berperilaku instan (*speed*) dalam bertransaksi” sebesar 4,3 (indikator cenderung praktis dan berperilaku instan (*speed*)).

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Yuniawan et al⁹, berjudul *Generation Z and Organizational Citizenship Behavior of Sharia Banking* yang menyatakan

⁸ Christiani and Ikasari, “Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa.”

⁹ Ahyar Yuniawan, Eldes Willy Filatrovi, and Iqbal Arraniri, “Generation Z and Organizational Citizenship Behavior of Sharia Banking,” *Jurnal Siasat Bisnis* 25, no. 2 (2021): 131–141.

bahwa perilaku generasi z terhadap bank syariah berpengaruh dikarenakan dapat mengembangkan bisnis yang lebih kuat di masa mendatang. Dan didukung oleh hasil penelitian Ngali et al¹⁰, yang berjudul Analisis Perilaku Generasi Digital Native Terhadap Bank Syariah yang menyatakan bahwa sikap dan perilaku generasi z memiliki nilai yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Dari hasil penemuan, bisa dikatakan perilaku generasi z mempengaruhi secara signifikan *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah. Perilaku generasi z mempengaruhi tingkat minat menjadi nasabah bank digital syariah, dimana generasi Z ini adalah generasi digital yang berarti bank digital syariah harus lebih fokus melakukan peningkatan promosi dan kualitas layanannya melalui media sosial atau teknologi digital. Karena hal tersebut sangat berperan penting pada peningkatan nasabah generasi z untuk memulai menabung di bank digital syariah.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap *Behavior Intention* Menjadi Nasabah Bank Digital Syariah pada Era Revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus.

Kepercayaan merupakan harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan dan kesetiaan.¹¹

Pada penelitian ini tidak ada pengaruh signifikan secara parsial antara kepercayaan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah. Maka disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak dengan signifikansi $0,985 > 0,05$, seperti yang ditunjukkan oleh uji statistik t di mana $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yakni $0,018 < 1,985$. Dimana dapat disimpulkan bahwa *average* tertinggi jawaban responden terdapat pada indikator yang pertama yaitu “Saya dapat mengandalkan bank digital syariah dalam

¹⁰ Ngali, Purwanto, and Fitriyani, “Analisis Perilaku Generasi Digital Native Terhadap Bank Syariah.”

¹¹ Andi Fauziah and Tenripada, “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Resiko Terhadap Penggunaan e-Banking (Survei Pada Nasabah BRI Syariah Di Kota Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2021).

melakukan transaksi dimanapun” sebesar 4,5 (indikator kehandalan). Sedangkan *average* terendah jawaban responden terdapat pada indikator yang kedua “Bank digital syariah memiliki kepedulian terhadap nasabahnya” sebesar 4,1 (indikator kepedulian).

Terdapat justifikasi mengapa kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah. Salah satunya adalah terdapat faktor-faktor lain, seperti kenyamanan penggunaan, kebutuhan layanan perbankan, atau kebiasaan penggunaan teknologi mungkin memiliki pengaruh yang lebih besar dalam membentuk *behavior intention* nasabah. Selain itu, aspek kepercayaan terhadap bank digital syariah mungkin bukanlah faktor utama bagi sebagian nasabah yang lebih mementingkan faktor-faktor lain dalam memilih layanan perbankan.

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian Utami et al¹², berjudul Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan BSI *Mobile* memaparkan yakni kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memakai BSI *mobile*. Dan didukung oleh hasil penelitian Batubara dan Anggraini¹³, yang berjudul Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah memaparkan yakni kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat generasi z saat memakai perbankan syariah.

Dari hasil penemuan, dapat dikatakan kepercayaan tidak mempengaruhi signifikan *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah. Nasabah memberi kepercayaan pada suatu produk tidak selalu menunjukkan mereka puas dengan produk tersebut. Kepercayaan adalah fondasi suatu hubungan antar dua pihak/lebih yang timbul

¹² Wida Utami et al., “Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan BSI (Bank Syariah Indonesia) Mobile” 7, no. 1 (2023): 1–22.

¹³ Muhammad Candy Awang Batubara and Tuti Anggraini, “Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah,” *Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 7, no. 30 (2022): 706–725.

jika setiap pihak sama-sama yakin. Kepercayaan tidak dapat dengan mudah diterima orang lain, namun perlu ditegaskan mulai awal sehingga dapat dibuktikan. Kepercayaan merupakan sebuah pertimbangan dasar saat melakukan transaksi antar penjual dan pembeli guna harapan konsumen bisa terpenuhi.

Tingkat kepercayaan generasi z tetap percaya terhadap bank digital syariah, namun bukan berarti mereka puas terhadap bank digital syariah tersebut. Walaupun generasi z yakin bahwa transaksi dapat dilakukan dengan baik dan aman dan privasinya akan terjamin, tidak selalu akan mempengaruhi minat mereka untuk menggunakannya.

3. Pengaruh Fitur Layanan Terhadap *Behavior Intention* Menjadi Nasabah Bank Digital Syariah pada Era Revolusi 5.0 di Kabupaten Kudus.

Fitur layanan yakni personalitas tambahan guna memikat pengguna memakai aplikasi. Pengguna awal yang memasukkan fitur ini ke dalam aplikasi mereka dapat bernilai, dan ini adalah pendekatan yang paling kompetitif saat bersaing.¹⁴

Pada penelitian ini ada pengaruh signifikan secara parsial antara fitur layanan terhadap *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah. Maka disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, seperti ditunjukkan oleh uji statistik t dimana $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ yakni $4,502 > 1,985$. Dimana dapat disimpulkan bahwa *average* tertinggi jawaban responden terdapat pada indikator yang pertama yaitu “Layanan bank digital syariah memiliki kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa” sebesar 4,5 (indikator kemudahan akses informasi mengenai produk atau jasa). Sedangkan *average* terendah jawaban responden terdapat pada indikator yang kedua “Layanan bank digital syariah memiliki keberagaman layanan transaksi” sebesar 4,4 (indikator keberagaman layanan transaksi).

¹⁴ Fatonah and Hendratmoko, “Menguji Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Millennial Menggunakan E-Money.”

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian Badaruddin dan Risma¹⁵, berjudul Pengaruh Fitur Layanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* yang menyatakan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat memakai *mobile banking*. Dan didukung oleh hasil penelitian Makmuriyah dan Vanni¹⁶, berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang) memaparkan yakni fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah saat memakai layanan *mobile banking*.

Pada hasil penemuan, dipaparkan yakni fitur layanan berpengaruh secara signifikan *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah. Fitur layanan membentuk aspek yang mempengaruhi *behavior intention* menjadi nasabah bank digital syariah sebab fitur layanan ini menjadi dasar generasi z guna menentukan produk akurat. Layanan bank digital syariah tidak perlu menemui *customer service* ataupun *teller* serta pada pemakaiannya bisa dipertimbangkan dalam menggunakan bank digital syariah lewat transaksi *online*.

Generasi z akan lebih tertarik untuk memanfaatkan produk yang diinginkan jika bank digital syariah memberi mereka fitur layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti user friendly, fitur lengkap, tampilan menarik yang dipunyai.

¹⁵ Badaruddin and Risma, "Pengaruh Fitur Layanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking."

¹⁶ Makmuriyah and Vanni, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Kota Semarang)."