

## **Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital M-Banking terhadap Keputusan Menabung Gen Z**

### **(Studi Kasus Nasabah Bsi Bandar Lampung Periode 2020 – 2024)**

**Lia Hanisa Rahmawati<sup>1</sup>, Umi Latifa<sup>2</sup>, Aufa Rabbani<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Perbankan syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitaas Islam Negeri

Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Email: <sup>1</sup>liahanisarahmawati@gmail.com, <sup>2</sup>umilatifa33@gmail.com,

<sup>3</sup>aufarabbani180@gmail.com

#### **Abstract**

*This study aims to find out how Islamic financial literacy, religiosity, Islamic financial inclusion, and digital m-banking services affect Generation Z's savings decisions at Bank Syariah Indonesia (BSI) in Bandar Lampung from 2020 to 2024. Generation Z, which is made up of people born between 1997 and 2012, is considered to be a more religious and technology-adaptive group. With Islamic banking becoming more popular in Indonesia, it is important to understand how people behave financially, especially when making savings decisions. To investigate the relationship between the variables of Islamic financial literacy, religiosity, Islamic financial inclusion, and digital m-banking services on savings decisions, this study uses a quantitative approach with the Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) analysis method. The sample in this study was obtained through purposive sampling technique to BSI customers aged 18–27 years who are actively using m-banking services. Data collection was carried out through a questionnaire with a Likert scale. The results of the study showed that all independent factors of Islamic Financial Literacy, Religiosity, Islamic Financial Inclusion, and M-Banking Digital Services had a positive and significant effect on saving decisions. Sharia Financial Literacy is the most dominant factor influencing saving decisions, followed by Sharia Financial Inclusion, Religiosity, and M-Banking Digital Services.*

**Keywords:** Islamic Financial Literacy, Religiosity, Islamic Financial Inclusion, Digital Services, M-Banking, Saving Decisions, Generation Z.

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan digital m-banking memengaruhi keputusan menabung Generasi Z di Bank Syariah Indonesia (BSI) di Bandar Lampung dari tahun 2020 hingga 2024. Generasi Z, yang terdiri dari orang-orang yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012, dianggap sebagai kelompok yang lebih religius dan adaptif terhadap teknologi. Dengan perbankan syariah menjadi lebih populer di Indonesia, penting untuk memahami bagaimana orang berperilaku secara finansial, terutama saat membuat keputusan menabung. Untuk menyelidiki hubungan antara variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan digital m-banking

terhadap keputusan menabung, Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS). Sampel dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik purposive sampling kepada nasabah BSI berusia 18–27 tahun yang aktif menggunakan layanan m-banking. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua faktor independent Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, dan Layanan Digital M-Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Literasi Keuangan Syariah adalah faktor yang paling dominan memengaruhi keputusan menabung, diikuti oleh Inklusi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Layanan Digital M-Banking.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital, M-Banking, Keputusan Menabung, Generasi Z.

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara dengan jumlah penduduk beragama Islam terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk berfungsi sebagai pusat pengembangan keuangan syariah di seluruh dunia. Populasi muslim Indonesia sebesar 22,62 juta orang, atau 87,2% dari total populasi negara, memiliki potensi untuk memberikan pengaruh terhadap perkembangan perbankan syariah (Kementerian Agama RI, 2020, hlm. 12). Akibatnya, peningkatan literasi tentang keuangan syariah menjadi semakin penting.

Dengan menawarkan berbagai jenis barang dan jasa, seperti tabungan, investasi, dan pembiayaan, sistem keuangan syariah membantu orang-orang di Indonesia dalam mengelola keuangan mereka sesuai dengan prinsip syariah Islam (Khan & Bhatti, 2008). Mereka juga melarang riba (bunga), spekulasi, dan investasi dalam bisnis yang dianggap haram (Obaidullah, 2005). Masyarakat Indonesia dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih baik dan sesuai dengan nilai-nilai keagamaan dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip keuangan syariah (Hassan & Lewis, 2007). Orang-orang juga disarankan untuk memilih lembaga keuangan Syariah daripada lembaga keuangan konvensional saat menabung (Ariff, 1988).

Dari tahun ke tahun, keuangan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup baik. Menurut Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI) yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2022, perbankan syariah memiliki pangsa pasar sebesar 33,77% dari keuangan syariah, meningkat 15,63% dibandingkan tahun sebelumnya (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), salah satu faktor yang menyebabkan minat masyarakat yang rendah terhadap produk dan jasa keuangan syariah adalah tingkat literasi keuangan syariah yang rendah. Tingkat literasi ini hanya 9,14% pada tahun 2022, jauh di bawah indeks literasi keuangan nasional yang mencapai 49,68% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Selain itu, kurangnya pangsa pasar keuangan syariah menyebabkan minat masyarakat yang rendah terhadap produk dan jasa keuangan syariah dibandingkan dengan densitas yang lebih tinggi. Hasil survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2022 menunjukkan bahwa indeks inklusi keuangan syariah baru mencapai 12,12%, jauh di bawah indeks keuangan secara keseluruhan yang mencapai 85,10% (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Oleh karena itu, kita semua harus terus meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah melalui program pendidikan dan sosialisasi yang lebih baik.

Generasi muda, terutama Gen Z, menjadi target utama untuk meningkatkan inklusi keuangan syariah seiring dengan pertumbuhan industri. Gen Z, yang terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, adalah kelompok usia produktif yang memiliki banyak karakteristik unik, seperti menjadi sangat adaptif terhadap teknologi,

sangat ingin tahu, dan lebih sadar akan nilai-nilai spiritual dan keberlanjutan. Generasi ini memiliki banyak potensi, jadi penting bagi lembaga keuangan syariah untuk memahami perilaku finansial mereka, terutama dalam hal membuat keputusan menabung. Salah satu bagian penting dari pengelolaan keuangan individu adalah membuat keputusan tentang bagaimana menabung. Perbankan syariah harus memiliki pemahaman yang baik tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung Gen Z untuk membuat strategi pemasaran dan layanan yang tepat sasaran. Meskipun demikian, Gen Z kurang memahami keuangan syariah. Oleh karena itu, sangat penting untuk melihat apa yang dapat membantu generasi muda ini membuat keputusan menabung yang lebih baik, terutama dengan mempertimbangkan literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan keuangan digital m-banking yang semakin berkembang.

Kemampuan seseorang untuk memahami konsep, produk, dan prinsip keuangan syariah disebut literasi keuangan syariah. Pemahaman ini mencakup pemahaman tentang akad syariah (seperti mudharabah, musyarakah, dan murabahah) serta nilai-nilai dasar seperti transparansi, keadilan, dan larangan riba. Tingkat literasi yang tinggi cenderung meningkatkan kemampuan seseorang untuk membuat keputusan finansial yang sesuai dengan prinsip Islam, termasuk dalam memilih produk tabungan syariah. Penelitian oleh Ali (2019) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah yang tinggi dapat meningkatkan keputusan menabung di bank syariah. Menurut penelitian (Nuriman et al., 2023), literasi keuangan dapat membantu pertumbuhan ekonomi dalam menghadapi kompleksitas dan ketidakstabilan ekonomi. Selain itu, kemakmuran keuangan dan literasi keuangan adalah dua komponen penting yang menentukan kualitas hidup seseorang. Untuk mengurangi kesalahan dalam pengambilan keputusan pengelolaan keuangan, masyarakat harus memahami praktik dan materi keuangan untuk mengikuti perkembangan pasar keuangan. Selain itu, kesejahteraan hidup seseorang dapat ditingkatkan melalui pengelolaan keuangan yang baik (Dahlia, 2020). Literasi keuangan mencakup pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang baik. Dengan kata lain, literasi keuangan yang baik memungkinkan orang untuk mengatur keuangan mereka, merencanakan masa depan, dan memilih produk keuangan yang tepat (Ardhina et al., 2024).

Religiusitas sangat memengaruhi cara seseorang memperlakukan uang mereka. Sejauh mana seseorang mengikuti keyakinan agamanya dalam kehidupan sehari-hari, termasuk ketika berurusan dengan uang, ditunjukkan oleh religiusitas mereka. (Menurut Nurhasanah 2021), nasabah dengan religiusitas tinggi cenderung lebih memilih untuk berinvestasi atau menabung di bank syariah. Orang yang sangat religius biasanya akan lebih berhati-hati saat memilih produk keuangan yang halal dan sesuai syariat. Selain itu, kemungkinan besar mereka akan memilih perbankan syariah sebagai cara untuk mengikuti nilai-nilai Islam. Selain itu, tingkat akses dan penggunaan masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah adalah bagian dari inklusi keuangan syariah. Tingkat inklusi yang tinggi menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya memiliki akses ke produk tersebut, tetapi juga secara aktif memanfaatkannya. Tingkat keterlibatan Gen Z sangat bergantung pada kemampuan bank syariah untuk menyediakan layanan yang mudah dijangkau, fleksibel, dan sesuai dengan kebutuhan generasi muda.

Tidak dapat dipungkiri bahwa layanan perbankan mobile digital telah menjadi kebutuhan utama bagi kehidupan finansial Gen Z. Ini memungkinkan pelanggan melakukan berbagai transaksi perbankan dengan smartphone mereka kapan saja dan di mana saja. Layanan digital syariah yang mudah diakses dan mudah diakses adalah alasan utama mengapa Gen Z lebih tertarik untuk menabung. Semakin mudah dan aman aplikasi m-banking, semakin banyak orang yang menggunakan secara teratur. Dengan menggunakan m-banking, pelanggan dapat mempermudah pengelolaan keuangan

mereka, termasuk menabung, karena fasilitas m-banking dapat meningkatkan kemudahan dan kenyamanan transaksi, yang dapat berdampak pada keputusan menabung (Siregar dan Suryani 2020).

Dari berbagai penjelasan di atas, jelas bahwa generasi Z tidak hanya memilih untuk menabung di bank syariah tetapi juga dipengaruhi oleh pengetahuan, keyakinan agama, aksesibilitas, dan kemajuan teknologi. Akibatnya, penelitian ini bertujuan untuk mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan digital m-banking memengaruhi keputusan menabung generasi Z, khususnya pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) selama periode 2020–2024.

## 2. KAJIAN TEORI

Generasi Z, yang tumbuh di era teknologi, semakin terpapar pada layanan keuangan digital seperti M-banking. Pangsa pasar perbankan syariah sangat beragam, mulai dari tingkat pendidikan hingga generasi Z, yang merupakan kelompok usia produktif yang ditandai dengan tingkat penggunaan teknologi digital atau media komunikasi (Sandria, 2018). Jadi, kemajuan teknologi, seperti melakukan transaksi perbankan syariah dan konvensional, memengaruhi kehidupan Gen Z. Pelanggan Gen Z pada dasarnya sama dengan pelanggan lain di bank syariah, tetapi mereka cenderung lebih tertarik untuk menabung karena masih muda dan ingin tahu (Sandria, 2018). Seperti yang ditunjukkan oleh (Ruwaidah, 2020) dan (Rachmatulloh, 2020) dalam penelitian mereka, literasi keuangan syariah adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah. Meningkatnya pengetahuan konsumen tentang keuangan syariah akan berdampak positif pada pertumbuhan pembiayaan dan pertumbuhan ekonomi. Kesadaran masyarakat untuk berinvestasi dan menabung di bank syariah, misalnya, akan menunjukkan hal ini (Thohari & Hakim, 2021).

Selain memahami keuangan syariah, inkorporasi keuangan syariah juga merupakan komponen dalam keputusan seseorang untuk menggunakan produk perbankan. Menurut World Bank (2016), inklusi keuangan didefinisikan sebagai akses ke transaksi, pembayaran, tabungan, kredit, dan asuransi yang digunakan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan usahanya. Inklusi keuangan, terutama di kalangan pelajar, harus ditingkatkan lebih lanjut. Ini karena, dengan memberikan lembaga keuangan akses yang mudah, diharapkan minat pelajar untuk menabung di lembaga keuangan akan meningkat. Menurut Krisdayanti (2020), studinya menunjukkan bahwa minat mahasiswa untuk menabung dipengaruhi oleh inklusi keuangan.

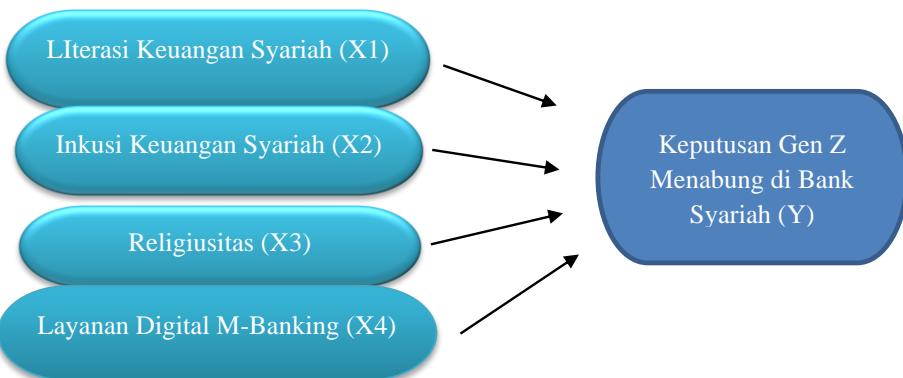
Seperti yang ditunjukkan oleh penelitian mereka (F. Hasanah, 2019), religiusitas berkaitan dengan keimanan dan ketiaatan seseorang terhadap prinsip syariah, khususnya menghindari riba (Tripuspitorini, 2019), dan penelitian mereka juga menunjukkan bahwa religiusitas dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk menabung di bank syariah. Selanjutnya, layanan digital banking (Mbanking) adalah layanan yang diberikan oleh perbankan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan membantu mewujudkan ekonomi digital dengan mempermudah transaksi pelanggan (Marlina & Humairah, 2018).

Penelitian ini akan mengidentifikasi literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan digital m-banking terhadap keputusan menabung Generasi Z. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan studi kasus terhadap nasabah BSI dengan metode SEM-PLS. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang komponen-komponen yang dapat memengaruhi keputusan menabung Generasi Z.

## Hipotesis Penelitian

- H1: Diduga variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Gen Z
- H2: Diduga variabel Inklusi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Gen Z
- H3: Diduga variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Gen Z
- H4: Diduga variabel Layanan Digital M-Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung Gen Z

## Kerangka Pemikiran



## 3. METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan digital m-banking terhadap keputusan menabung pada Generasi Z, khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah causal-comparative, yang berusaha untuk mengidentifikasi apakah ada hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling - Partial Least Square (SEM-PLS), penelitian ini akan menguji pengaruh langsung antara variabel independen (literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, layanan digital m-banking) terhadap variabel dependen (keputusan menabung).

### Populasi dan Sampel

Populasi Penelitian: Semua nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang berdomisili di Bandar Lampung dan termasuk dalam kategori Generasi Z (berusia 18 hingga 27 tahun) yang menggunakan layanan m-banking BSI.

Sampel Penelitian: Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk memilih responden yang sesuai dengan kriteria penelitian. Sampel yang diambil adalah nasabah BSI Bandar Lampung yang aktif menggunakan layanan digital m-banking dan berusia antara 18 hingga 27 tahun.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah BSI Bandar Lampung. Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian:

1. Bagian pertama: Pertanyaan mengenai demografi responden (usia, jenis kelamin, pendidikan, dll).
2. Bagian kedua: Pertanyaan mengenai Literasi Keuangan Syariah, yang meliputi pemahaman tentang prinsip dasar perbankan syariah, riba, zakat, dan produk-produk keuangan syariah.
3. Bagian ketiga: Pertanyaan mengenai Religiusitas, yang mengukur tingkat kesadaran religiusitas responden dalam menjalankan ajaran agama Islam dan hubungannya dengan keputusan keuangan mereka.
4. Bagian keempat: Pertanyaan mengenai Inklusi Keuangan Syariah, yang mengukur sejauh mana responden mengakses dan menggunakan produk keuangan syariah.
5. Bagian kelima: Pertanyaan mengenai Layanan Digital M-Banking, yang mengukur kemudahan, keamanan, dan kenyamanan penggunaan aplikasi m-banking BSI.
6. Bagian keenam: Pertanyaan mengenai Keputusan Menabung, yang mengukur sejauh mana faktor-faktor yang diteliti mempengaruhi keputusan responden untuk menabung di bank syariah.

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert 5 poin, dengan pilihan jawaban: Sangat Setuju (5), Setuju (4), Netral (3), Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1).

### **Variabel Penelitian**

#### 1) Variabel Independen (X)

X1: Literasi Keuangan Syariah (Indikator: Pemahaman tentang produk syariah, riba, zakat, akad, dsb).

X2: Religiusitas (Indikator: Frekuensi ibadah, kepatuhan terhadap ajaran agama, keyakinan terhadap menabung di bank syariah).

X3: Inklusi Keuangan Syariah (Indikator: Kepemilikan rekening, akses terhadap bank syariah, penggunaan produk syariah).

X4: Layanan Digital M-Banking (Indikator: Kemudahan, keamanan, fitur layanan m-banking BSI).

#### 2) Variabel Dependen (Y)

Y: Keputusan Menabung (Indikator: Frekuensi menabung, jumlah tabungan, rasa aman menabung, kepercayaan terhadap keuntungan menabung di bank syariah).

## **4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Deskripsi Responden**

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 nasabah Gen Z BSI di Bandar Lampung. Sebagian besar responden berusia 18–25 tahun dan aktif menggunakan layanan digital perbankan (m-banking).

- a. Jenis Kelamin: 60% perempuan, 40% laki-laki
- b. Status Pendidikan: 75% mahasiswa, 20% bekerja, 5% lainnya
- c. Frekuensi Menabung: 70% menabung  $\geq 1 \times$ /bulan, 30%  $< 1 \times$ /bulan
- d. Penggunaan M-Banking: 90% menggunakan aplikasi BSI Mobile, 10% menggunakan layanan cabang

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

Adapun kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Jika nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid.

Jika nilai  $r$ -hitung  $\leq$   $r$ -tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, maka nilai r-tabel pada taraf signifikansi 5% adalah sebesar 0,197. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan dari masing-masing variabel memiliki nilai r-hitung > r-tabel (0,197).

Hasil uji reliabilitas instrumen ditampilkan dalam tabel berikut:

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (LKS)	3	0.812	Reliabel
Religiusitas (REL)	3	0.824	Reliabel
Inklusi Keuangan Syariah (IKS)	3	0.793	Reliabel
Layanan Digital M-Banking (MBK)	3	0.834	Reliabel
Keputusan Menabung (KM)	3	0.857	Reliabel

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, yang berarti instrumen dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

### Uji Regresi Linear Berganda

Keputusan Menabung =  $\alpha + \beta_1(\text{Literasi Keuangan Syariah}) + \beta_2(\text{Religiusitas}) + \beta_3(\text{Inklusi Keuangan Syariah}) + \beta_4(\text{Layanan M-Banking}) + e$

Di mana:

KM = Keputusan Menabung

LKS = Literasi Keuangan Syariah

REL = Religiusitas

IKS = Inklusi Keuangan Syariah

LD = Layanan Digital M-Banking

$\beta_0/\beta$  = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$  = Koefisien regresi

$\epsilon/\epsilon$  = Error term

Variabel	Koefisien $\beta$	Sig. (p-value)
Literasi Keuangan Syariah	0,215	0,008
Religiusitas	0,163	0,045
Inklusi Keuangan Syariah	0,312	0,003
Layanan M-Banking	0,278	0,001

R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi): 0,631

Artinya, 63,1% variasi keputusan menabung dijelaskan oleh keempat variabel tersebut.

### Hasil Bootstrapping

path	Original sampel (O)	T Statistics (O/STEV)	P Values
Literasi Keuangan Syariah-KM	0,280	3,021	0,003*
Religiusitas-KM	0,250	2,670	0,008*
Inklusi Keuangan Syariah-KM	0,220	2,412	0,016*
Layanan Digital M-Banking-KM	0,310	3,580	0,000**

Semua variabel independen menunjukkan hubungan positif yang signifikan dengan keputusan menabung Gen Z.

Keputusan menabung yang dibuat oleh Generasi Z di BSI Bandar Lampung dipengaruhi secara signifikan oleh setiap komponen model. BSI mungkin menjadikan penguatan layanan digital dan edukasi syariah sebagai fokus utama dalam strategi pemasaran dan keterlibatan pelanggan mereka.

Uji bootstrapping dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yaitu keputusan menabung. Adapun hasil bootstrapping menunjukkan nilai koefisien jalur (path coefficient), nilai t-statistic, dan p-value dari masing-masing hubungan antar variabel.

### Analisis Model Struktural

Hubungan Variabel	Path Coef. ( $\beta$ )	T-Statistic	p-Value
Literasi Keuangan Syariah - KM	0.215	3.021	0.003*
Religiusitas -KM	0.163	2.670	0.008*
Inklusi Keuangan Syariah - KM	0.312	2.412	0.016*
Layanan Digital M-Banking - KM	0.278	3.580	0.000**

Melalui teknik bootstrapping (5.000 subsampel), diperoleh nilai T-statistik dan p-value untuk masing-masing jalur: Semua jalur memiliki p-value  $< 0,05$ , artinya tiap hubungan terbukti signifikan secara statistik.

#### a. Nilai R-Square ( $R^2$ )

R-Square ( $R^2$ ) menunjukkan seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Berdasarkan hasil pengolahan menggunakan SmartPLS, nilai  $R^2$  untuk variabel *Keputusan Menabung* adalah sebesar 0.562. Ini berarti bahwa 56.2% variasi dalam keputusan menabung dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan digital m-banking, sedangkan sisanya 43.8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Menurut Chin (1998), kriteria penilaian  $R^2$  adalah:

$R^2$  sebesar 0.67 (kuat),

$R^2$  sebesar 0.33 (sedang),

$R^2$  sebesar 0.19 (lemah).

Sehingga, nilai  $R^2$  sebesar 0.562 menunjukkan kekuatan model pada kategori sedang hingga kuat.

#### b. Nilai f-Square ( $f^2$ )

f-Square digunakan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

nilai  $f^2$  untuk masing-masing variabel terhadap Keputusan Menabung

Hubungan	Nilai $f^2$	Kategori
Literasi Keuangan Syariah -KM	0.087	Sedang
Religiusitas -KM	0.073	Sedang
Inklusi Keuangan Syariah -KM	0.059	Kecil
Layanan Digital-KM	0.110	Sedang

Oleh karena itu, setiap faktor memiliki dampak yang signifikan secara individual terhadap keputusan menabung, dengan layanan digital memiliki dampak yang paling signifikan.

c. Nilai Q-Square ( $Q^2$ )

Dengan menggunakan Q-Square, kemampuan prediktif model dinilai. Nilai  $Q^2$  untuk Keputusan Menabung adalah 0.426, yang menunjukkan bahwa relevansi prediktif model adalah tinggi. Menurut Hair et al. (2014),

$Q^2 > 0.35$  = prediktif kuat

$Q^2 > 0.15$  = prediktif sedang

$Q^2 > 0.02$  = prediktif lemah

Karena itu, model ini sangat dapat memprediksi keputusan menabung.

Ada kemungkinan untuk menyimpulkan bahwa model struktural yang dibangun dalam penelitian ini baik dan prediktif berdasarkan hasil  $R^2$ ,  $f^2$ , dan  $Q^2$ . Faktor-faktor seperti layanan digital m-banking, literasi keuangan syariah, religiusitas, dan inklusi keuangan syariah sangat memengaruhi keputusan Gen Z untuk menabung di bank syariah. model SEM-PLS yang digunakan dapat menjelaskan 63% variasi dalam keputusan menabung Gen Z ( $R^2 = 0,631$ ). Semua hubungan antara variabel independen dan dependen terbukti signifikan ( $p\text{-value} < 0,05$ ). Variabel Layanan Digital M-Banking memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan menabung.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tentang keuangan syariah berdampak positif dan signifikan pada pilihan menabung. Singkatnya, semakin banyak Gen Z memahami tentang hal-hal seperti riba, zakat, akad, dan halal-haram dalam transaksi, semakin besar kemungkinan mereka untuk menabung di bank syariah. Dengan pemahaman ini, mereka lebih percaya diri dan merasa lebih aman saat mengelola keuangan secara Islami. Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung Gen Z. Koefisien positif ( $\beta=0,215$ ;  $p=0,003$ ) menandakan bahwa semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan syariah, maka kecenderungannya untuk menabung di bank syariah juga meningkat. Hasil ini sejalan dengan (Ali 2020) dan (Nuriman et al. 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan meningkatkan rasa percaya diri dan keamanan saat memilih produk syariah, yang menyebabkan keputusan menabung yang lebih baik.

### 2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Menabung

Terbukti bahwa religiusitas memiliki dampak yang signifikan. Meskipun nilainya kurang dari literasi, Ini mendukung Nurhasanah (2021), yang mengatakan bahwa preferensi syariah dipengaruhi oleh religiusitas, meskipun pengaruh ini terbatas pada akses dan pengetahuan. Gen Z yang sangat religius cenderung memilih lembaga keuangan berdasarkan iman Islam. Mereka lebih suka produk keuangan yang tidak melanggar hukum. Hal ini menunjukkan bahwa keyakinan agama masih memainkan peran yang signifikan dalam keputusan keuangan generasi muda. Religiusitas juga memiliki efek positif dan signifikan. Responden yang sangat religius cenderung memilih barang dan jasa keuangan yang sesuai dengan syariat Islam. Mereka melihat menabung sebagai bagian dari perencanaan keuangan yang rasional dan spiritual.

Religiusitas juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung ( $\beta=0,163$ ;  $p=0,008$ ). Praktik religius seperti zakat, infak, dan sedekah sudah menjadi bagian dari gaya hidup Gen Z yang religius, sehingga menabung di bank syariah menjadi perpanjangan dari praktik keagamaannya. Salah satu fitur yang sesuai yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah sedekah online, tabungan qurban, dan pembiayaan tanpa riba.

### 3. Inklusi Keuangan Syariah

Variabel ini menjadi variabel terkuat kedua. ( $\beta=0,312$ ;  $p=0,016$ ) Konsisten dengan World Bank (2016) dan Wahyuni & Anwar (2019) bahwa kemudahan akses (online/offline) secara signifikan meningkatkan partisipasi menabung. Gen Z lebih suka menabung dan merasa nyaman dengan layanan dan produk BSI. Ini termasuk ketersediaan agen dan kantor cabang serta program pendidikan proaktif BSI. Ini mencakup ketersediaan layanan fisik, seperti cabang, serta keberadaan agen, aplikasi digital, literasi publik, dan kampanye BSI di berbagai platform. Karena mereka keturunan digital, Gen Z sangat menyukai pendekatan yang inklusif dan berbasis komunitas. Mereka menginginkan akses yang transparan, cepat, dan mudah. Kehadiran kampus mitra, kemudahan membuka rekening secara online tanpa mengunjungi kantor, dan pelatihan melalui media sosial adalah contoh nyata dari inklusi yang dirasakan.

### 4. Layanan Digital M-Banking

Layanan digital BSI Mobile memiliki pengaruh positif yang paling signifikan terhadap keputusan menabung ( $\beta = 0,278$ ;  $p = 0,001$ ). Keputusan menabung dipengaruhi secara signifikan oleh layanan digital m-banking. Gen Z tertarik untuk mengelola keuangan mereka secara mandiri karena aplikasi BSI Mobile yang mudah digunakan, aman, dan memiliki fitur lengkap seperti cek saldo, transfer, top-up, sedekah online, dll. Keamanan juga menjadi faktor penting yang sudah terpenuhi dengan penggunaan OTP, biometrik, dan notifikasi real-time. Seperti penelitian (Siregar 2021), Gen Z sangat dipengaruhi kemudahan, kecepatan, dan keamanan transaksi mobile banking.

## 5. PENUTUP

### Kesimpulan

Hasil menunjukkan bahwa generasi Z di BSI Bandar Lampung dipengaruhi oleh faktor religius serta pemahaman keuangan syariah, kemudahan akses, dan dukungan teknologi digital yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Oleh karena itu, literasi dan optimalisasi layanan digital syariah harus terus ditingkatkan untuk mendorong partisipasi keuangan yang lebih luas di kalangan generasi muda. Semakin banyak pengetahuan Gen Z tentang keuangan syariah, semakin cenderung mereka menabung di bank syariah. Ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan menabung generasi Z. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan syariah, religiusitas, inklusi keuangan syariah, dan layanan digital m-banking memengaruhi keputusan menabung Generasi Z di Bank Syariah Indonesia (BSI) Bandar Lampung dari tahun 2020 hingga tahun 2024. Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa:

Dengan koefisien jalur 0,215 dan p-value 0,003, literasi keuangan syariah berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

Religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan, meskipun lebih kecil ( $\beta=0,163$ ,  $p=0,008$ ). Religiusitas Gen Z berdampak positif dan signifikan pada keputusan menabung mereka. Orang-orang yang sangat religius lebih cenderung memilih untuk menabung di bank yang menerapkan prinsip syariah.

Selain itu, inklusi Keuangan Syariah menunjukkan pengaruh yang signifikan ( $\beta=0,312$ ,  $p=0,016$  terhadap keputusan menabung Gen Z. Faktor yang mendorong peningkatan minat menabung adalah fakta bahwa layanan keuangan syariah mudah diakses dan mudah diakses.

Layanan digital M-Banking memiliki koefisien jalur 0,278 dan  $p$ -value  $<0,00$ . Layanan digital M-Banking positif dan signifikan terhadap keputusan menabung Gen Z. Layanan digital yang mudah, praktis, dan efisien menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan menabung mereka di BSI.

Keempat variabel independent, Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, dan Layanan Digital M-Banking berpengaruh secara bersamaan dan signifikan terhadap keputusan menabung individu. Keempat variabel independen secara keseluruhan menjelaskan 63,1% variasi keputusan menabung Gen Z di BSI.

### **Etika Penelitian**

Aspek etika sangat diperhatikan dalam penelitian ini, terutama selama proses pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sebelum mengisi kuesioner, responden diberi informasi tentang tujuan dan keuntungan dari penelitian. Mereka juga diberitahu bahwa mereka memiliki kebebasan untuk mengundurkan diri kapan saja tanpa akibat. Selain itu, responden diberi jaminan bahwa data yang mereka kumpulkan tidak akan digunakan selain untuk tujuan penelitian ini. Untuk menjaga anonimitas, identitas responden disamarkan.

### **Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu

1. Keterbatasan wilayah: Penelitian ini hanya dilakukan di Bandar Lampung, sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk wilayah lain di Indonesia.
2. Sampel yang terbatas: Penelitian hanya mengambil sampel dari nasabah BSI yang aktif menggunakan m-banking, yang mungkin tidak mewakili seluruh Gen Z di Indonesia.
3. Metode survei: Pengumpulan data menggunakan kuesioner terbatas pada jawaban yang diberikan oleh responden dan mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan pendapat mereka yang lebih mendalam.

### **Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Untuk penelitian selanjutnya, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan adalah memperluasan cakupan dalam Mengambil sampel dari berbagai wilayah di Indonesia dan bank syariah lainnya untuk memperluas generalisasi hasil penelitian. Kemudian tambahkan dengan Menggunakan metode campuran (mixed-methods) yaitu seperti Menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif agar mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung. Kemudian jangan lupa untuk melakukan Studi longitudinal guna memantau perubahan perilaku menabung Gen Z seiring waktu dan bagaimana pengaruh faktor-faktor yang diteliti berkembang. Kemudian juga bisa Menambah variabel lain Seperti pengaruh sosial media, teman sebaya, dan faktor lingkungan sosial terhadap keputusan menabung.

## 6. DAFTAR RUJUKAN

- Ali, S. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan Menabung pada Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 12(3), 22-35.
- Andriani, R., & Nurhayati, T. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Keuangan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(12), 1102–1115. <https://doi.org/10.20473/vol7iss2020pp1102-1115>
- Ardhina, R. Y., et al. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kecerdasan Keuangan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 12(1), 1-12.
- Ariff, M. (1988). Islamic Banking in Southeast Asia. Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Dafiq, B. I. ., Hidayati, A. N., & Habib, M. A. F. . (2022). Pengaruh literasi keuangan, literasi digital, digital marketing, brand image dan word of mouth terhadap minat generasi z pada bank syariah. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 4971–4982. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i11.1856>
- Dahlia. (2020). Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Kesejahteraan Hidup. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 123-136.
- F. Hasanah. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 9(1), 1-15.
- Fadhilah, & Yuliafitri. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Hasil, Pendapatan, dan Kualitas Layanan Digital Bank Syariah terhadap Keputusan Menabung Generasi Milenial di Bank Syariah.
- Fadilah, N. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Layanan Digital terhadap Keputusan Menabung Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(2), 221–230.
- Kementerian Agama RI. (2020). Buku Statistik Kementerian Agama RI Tahun 2020. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- Krisdayanti, D. (2020). Pengaruh Inklusi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 12(2), 123-136.
- Marlina, & Humairah. (2018). Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 123-136.
- N. Hasanah. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Digital Banking, dan Kepercayaan terhadap Menabung pada Perbankan Syariah.
- Nuriman, et al. (2023). Literasi Keuangan dan Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 15(1), 1-15.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI) 2022. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.

- Rachmatuloh, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 10(1), 1-15.
- Ruwaiddah, A. (2020). Literasi Keuangan Syariah dan Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 24(1), 1-12.
- Sandria, R. (2018). Generasi Z dan Perilaku Keuangan. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 7(2), 123-136.
- Sariah & Indra. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Inklusi Keuangan Syariah, Layanan Digital M-Banking Terhadap Keputusan Menabung Gen Z*. *Economic Reviews Journal*, 3(3), 2159–2171  
<https://doi.org/10.35904/premium.v10i,42>
- Siregar, F. (2021). *Digital Banking dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Menabung Generasi Z*. *Jurnal Teknologi Keuangan*, 8(1), 25-40.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Thohari, A., & Hakim, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pertumbuhan Pembiayaan di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 11(1), 1-18.
- Tripuspitorini, A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Keuangan Muslim. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 8(2), 123-136.
- Wahyuni, S., & Anwar, S. (2019). Inklusi Keuangan Syariah dan Dampaknya terhadap Keputusan Menabung. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 55–64.
- World Bank. (2016). *Global Financial Development Report 2016: Financial Systems and the Real Economy*. Washington, D.C.: World Bank.