



**PENGARUH LITERASI DAN PERSEPSI PADA BANK SYARIAH
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH PADA GENERASI Z DI
RW 04 KELURAHAN JURANGMANGU TIMUR**

***THE INFLUENCE OF LITERACY AND PERCEPTION OF SHARIA BANKS
ON THE DECISION TO BECOME A CUSTOMER OF GENERATION Z IN
RW 04, JURANGMANGU TIMUR VILLAGE***

Shofa Nur Aini¹, Azhar Taufik²

^{1,2} Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta

Email : shofa.nuraini03@gmail.com¹, Azhar.taufik@umj.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 05-09-2026

Revised : 07-09-2026

Accepted : 09-09-2026

Published : 11-09-2026

Abstract

The low market share of Islamic banking indicates that public interest in using Islamic banking services still needs to be increased. One factor believed to influence the decision to become a customer is literacy and perceptions regarding Islamic banks. Generation Z has the potential to be a key market segment for Islamic banking because they are quick to adapt to new information however, their understanding and perceptions of Islamic banks still vary widely. This study aims to analyze the influence of Islamic Banking Literacy and Perceptions of Islamic Banks on the Decision to Become a Customer of an Islamic Bank among Generation Z in RW 04, Jurangmangu Timur Urban Village. The study employs an associative quantitative approach with 163 respondents from a population of 280 Generation Z individuals aged 15–30 years. The sample was determined using the Slovin formula and the stratified random sampling technique in RT 02 and RT 03. Data were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS version 25. The results show that Islamic banking literacy has a positive and significant effect on the decision to become a customer, with a t-value of 3.702 and a significance level of 0.000. Perceptions of Islamic banks also had a positive and significant effect, with a t-value of 4.047 and a significance level of 0.000. Simultaneously, both variables had a significant effect, with an F-value of 21.383 and a significance level of 0.000. The adjusted R-squared value of 20.1% indicates that financial literacy and perceptions explain 20.1% of the variation in the decision to become a customer.

Keywords: *Islamic banking literacy and perceptions, Decision, Generation Z,*

Abstrak

Rendahnya pangsa pasar perbankan syariah menunjukkan bahwa ketertarikan masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah masih perlu ditingkatkan. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi keputusan menjadi nasabah adalah literasi dan persepsi terhadap bank syariah. Generasi Z memiliki potensi sebagai pangsa pasar perbankan syariah karena adaptif terhadap informasi, namun pemahaman dan persepsi terhadap bank syariah masih beragam. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Literasi Bank Syariah dan Persepsi pada Bank Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z di RW 04 Kelurahan Jurangmangu Timur. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan 163 responden dari populasi 280 Generasi Z berusia 15–30 tahun. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik Stratified Random Sampling pada RT 02 dan RT 03. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan t hitung 3,702 dan signifikansi 0,000. Persepsi pada Bank Syariah juga berpengaruh positif dan



signifikan dengan t hitung 4,047 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan F hitung 21,383 dan signifikansi 0,000. Nilai Adjusted R Square sebesar 20,1% menunjukkan bahwa Literasi dan Persepsi mampu menjelaskan variasi Keputusan Menjadi Nasabah sebesar 20,1%.

Kata Kunci: Literasi dan Persepsi pada Bank Syariah, Keputusan, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi dan perbankan syariah. Hal ini terlihat dari peningkatan posisi Indonesia dalam Global Islamic Economy Indicator (GIEI), dari peringkat ke-10 pada tahun 2018 menjadi peringkat ke-3 pada tahun 2023–2024 (KNEKS, 2024). Perkembangan tersebut menunjukkan semakin kuatnya posisi Indonesia dalam industri halal dan ekonomi syariah, termasuk sektor perbankan syariah (Rahma, 2023). Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam peningkatan pangsa pasar perbankan syariah.

Potensi tersebut mendorong Pemerintah menargetkan pangsa pasar keuangan syariah mencapai 20% pada tahun 2023, sebagaimana disampaikan Gubernur Bank Indonesia Perry Warjiyo pada Indonesia Sharia Economic Festival (ISEF) 2018 (CNBC Indonesia, 2018), untuk meningkatkan kontribusi perbankan syariah dalam sistem keuangan nasional. Realisasinya, pada Juni 2023 pangsa pasar perbankan syariah baru mencapai 7,31% dari total aset perbankan nasional, ditopang oleh 13 bank umum syariah (BUS), 20 unit usaha syariah (UUS), dan 171 bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS) (Antarnews, 2023). Angka ini tergolong kecil jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Muslim Indonesia yang mencapai lebih dari 236 juta jiwa atau 86,7% dari total populasi (Muhaimin, 2023), sehingga pangsa pasar perbankan nasional masih didominasi oleh bank konvensional. Berikut Market share Perbankan Syariah dari tahun 2023-2025 ((OJK), 2025b):

Gambar 1. Tabel Market Share Perbankan Syariah 2023-2025

Market Share Perbankan Syariah	Bank Umum Syariah	66,66%
2023 (7,44%)	Unit Usaha Syariah	30,74%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,60%
Market Share Perbankan Syariah	Bank Umum Syariah	67,80%
2024 (7,72%)	Unit Usaha Syariah	29,65%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,55%
Market Share Perbankan Syariah	Bank Umum Syariah	67,60%
2025 (7,41%)	Unit Usaha Syariah	29,84%
	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	2,56%

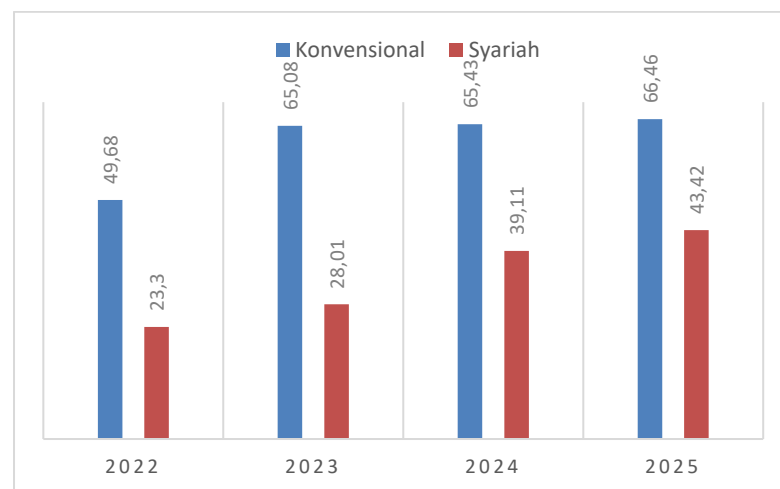
Sumber: Snapshot Perbankan Syariah 2023-2025

Meskipun sektor keuangan syariah di tanah air menyimpan potensi perkembangan yang sangat menjanjikan, kontribusi di pasarnya belum menunjukkan perkembangan yang berarti masih mengalami perubahan. Ini terlihat dari data terbaru, yang mencatat bahwa pangsa pasar perbankan syariah adalah 7,44% di tahun 2023 dan meningkat menjadi 7,72% di tahun 2024. Namun, angka tersebut kemudian menurun lagi menjadi 7,41% pada tahun 2025. Perubahan ini menunjukkan bahwa pangsa pasar perbankan syariah masih jauh dari target 20% dan perkembangannya belum menunjukkan pola peningkatan yang konsisten atau stabil.



Rendahnya pangsa pasar tersebut dipicu oleh kesenjangan literasi keuangan yang cukup signifikan. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025 yang diselenggarakan OJK dan BPS menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia baru mencapai 43,42%, jauh tertinggal dibandingkan indeks literasi keuangan konvensional yang mencapai 66,46% dengan literacy gap sebesar 23,04% ((OJK), 2025a). Literasi keuangan Islam sendiri merupakan kapasitas individu untuk memanfaatkan pengetahuan keuangan dalam mengelola harta sesuai dengan aturan syariah demi mencapai kemakmuran dan kebaikan (Annisa et al., 2025). Literasi bank syariah adalah pengetahuan dan kesadaran individu yang melandasi pembentukan sikap mental serta pola tindakan saat menetapkan keputusan penggunaan jasa perbankan syariah. Minimnya literasi ini berpotensi membatasi kemampuan masyarakat dalam mengambil keputusan finansial yang berbasis pada prinsip syariah. Tingkat literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia untuk tahun 2022-2025 dapat dilihat pada indeks hasil SNLIK OJK berikut:

Gambar 2. Grafik Indeks Tingkat Literasi Keuangan Masyarakat Indonesia



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Berdasarkan data SNLIK OJK, literasi keuangan syariah menunjukkan tren peningkatan dari 23,30% pada 2022 menjadi 43,42% pada 2025. Meskipun mengalami peningkatan, tingkat literasi keuangan syariah masih berada di bawah literasi keuangan konvensional yang mencapai 66,46% pada 2025. Kondisi ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan literasi yang perlu menjadi perhatian dalam pengembangan sektor keuangan syariah.

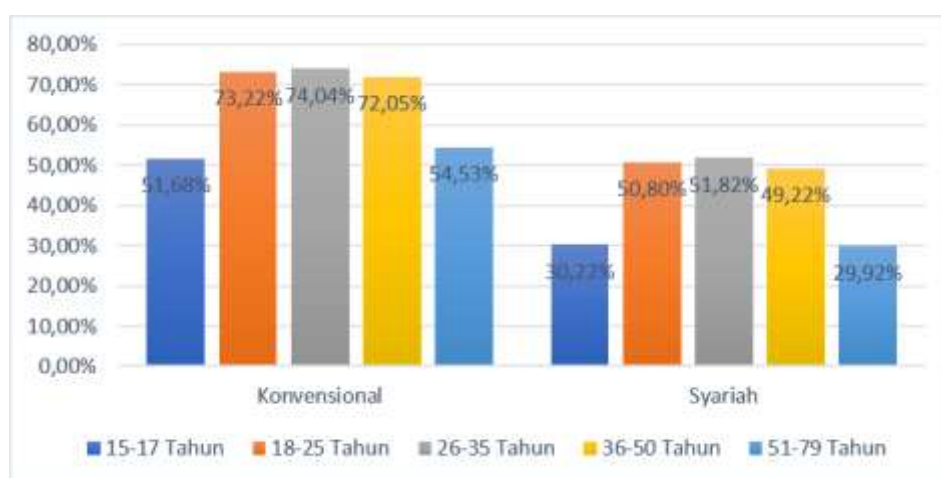
Di sisi lain, aspek persepsi masyarakat juga memegang peranan krusial dalam membentuk tindakan atau minat beralih ke perbankan syariah. Persepsi dipahami sebagai mekanisme kognitif individu dalam melakukan seleksi, pengorganisasian, serta penerjemahan stimulus sehingga menghasilkan pemahaman yang relevan dengan peristiwa yang tengah terjadi di sekitarnya (M.Rozi et al., 2025). Banyak masyarakat masih memiliki persepsi yang belum optimal atau cenderung bersikap netral terhadap bank syariah. Anggapan bahwa bank syariah tidak memiliki perbedaan mendasar dengan bank konvensional atau "sama saja" masih sering ditemukan (Fajri et al., 2025). Pandangan ini umumnya muncul karena kurangnya pemahaman komprehensif mengenai mekanisme bagi hasil dan larangan riba yang menjadi keunggulan utama perbankan syariah (Feby



et al., 2025). Apabila persepsi yang terbentuk berorientasi positif, maka kecenderungan individu untuk memilih dan menggunakan layanan perbankan syariah akan meningkat secara signifikan.

Di tengah dinamika tersebut, Generasi Z yang dikategorikan sebagai kelompok individu berusia 15 hingga 30 tahun menjadi kelompok demografis yang paling dominan di Indonesia dengan proporsi mencapai 27,94% atau sekitar 74,93 juta jiwa dari total populasi (Gorontalo, 2025). Memasuki fase bonus demografi puncak (2020–2030), Generasi Z diproyeksikan menjadi penggerak utama perekonomian karena karakteristiknya yang adaptif terhadap teknologi (digital native) dan aktif dalam bertransaksi finansial digital. Berikut Indeks Literasi Keuangan berdasarkan kelompok umur menurut SNLIK OJK pada tahun 2025 ((OJK) & (BPS), 2025):

Gambar 3. Grafik Indeks Literasi Keuangan Menurut Kelompok Umur, Tahun 2025



Sumber: Buku Statistik Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2025

Data ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan syariah selalu berada di bawah dengan literasi keuangan konvensional di setiap kategori umur. Selisih ini juga cukup mencolok, bahkan di antara individu berkisar 18 hingga 25 tahun, yang merupakan bagian dari Generasi Z, di mana perbedaan tersebut lebih dari 20%. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang melek teknologi dan memiliki akses informasi yang luas, tingkat pemahaman mereka terhadap keuangan syariah masih belum optimal. Situasi tersebut ikut andil dalam membentuk sudut pandang dan kecenderungan mereka saat menentukan pilihan institusi keuangan, khususnya bank syariah. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan syariah pada kelompok usia ini menjadi hal yang krusial untuk mendorong pertumbuhan jumlah nasabah dan memperluas pangsa pasar perbankan syariah di Indonesia.

Pemilihan Kelurahan Jurangmangu Timur sebagai lokasi studi kasus didasari oleh pertimbangan akademis atas karakteristik wilayahnya sebagai bagian dari kawasan sub-urban atau wilayah pinggiran perkotaan. Tangerang Selatan berkembang pesat sebagai kawasan hunian, perdagangan, dan jasa akibat urbanisasi serta kedekatannya dengan DKI Jakarta, hal ini didukung oleh penelitian (Wihadanto et al., 2024), mengidentifikasi Kelurahan Jurangmangu Timur di Kecamatan Pondok Aren sebagai salah satu bentuk tipologi kantong perkampungan (enclave) yang berdampingan langsung dengan ekspansi modernisasi pengembang besar Bintaro Jaya. Wilayah ini juga memiliki karakteristik demografis yang relevan dengan penelitian perbankan syariah, karena mayoritas penduduknya beragama Islam, yaitu sebanyak 29.472 jiwa (Disdukcapil, 2025). Selain



itu, kelompok usia 15–30 tahun sebagai Generasi Z berjumlah 7.928 jiwa, sehingga menunjukkan adanya potensi kelompok muda yang cukup besar sebagai objek penelitian (Disdukcapil, 2025). Karakteristik tersebut menjadikan Kelurahan Jurangmangu Timur relevan untuk mengkaji perilaku Generasi Z dalam memilih layanan perbankan syariah. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Bank Syariah dan Persepsi pada Bank Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z di RW 04 Kelurahan Jurangmangu Timur, baik secara parsial maupun simultan.

Hingga saat ini, penelitian mengenai literasi dan persepsi terhadap bank syariah telah banyak dilakukan secara terpisah dengan objek dan karakteristik wilayah yang beragam. Namun, penelitian yang secara khusus menggabungkan variabel literasi dan persepsi untuk menguji pengaruhnya terhadap keputusan menjadi nasabah pada Generasi Z di wilayah sub-urban masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki unsur kebaruan (novelty) karena berupaya mengisi keterbatasan kajian tersebut melalui pengujian pengaruh literasi dan persepsi pada bank syariah terhadap keputusan menjadi nasabah Generasi Z di wilayah sub-urban, khususnya RW 04 Kelurahan Jurangmangu Timur.

METODE PENELITIAN

Kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2013). Penelitian dilaksanakan secara daring melalui kuesioner Google Form yang disebarakan kepada Generasi Z berusia 15-30 tahun yang berdomisili di RW 04 Kelurahan Jurangmangu Timur, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, pada periode Mei-Juli. Variabel penelitian terdiri atas dua variabel bebas, yaitu Literasi Bank Syariah (X1) dan Persepsi pada Bank Syariah (X2), serta satu variabel terikat, yaitu Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y).

Gambar 4. Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber	Jumlah Item
Literasi Bank Syariah (X1)	Pengetahuan lembaga bank syariah; sikap terhadap pengelolaan keuangan syariah; perilaku keuangan syariah	(Setiowati & Setiawan 2018) dan (Tabrani 2020)	6 item
Persepsi pada Bank Syariah (X2)	Seleksi perhatian (selective attention); interpretasi (interpretation); respon/reaksi (response)	Novieati Dwi Lestari dan Masruchin (2023)	6 item
Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	Pengenalan masalah; pencarian informasi; evaluasi alternatif; keputusan pembeli; perilaku setelah keputusan	(Kotler & Keller 2002)	5 item

Sumber: diolah peneliti (2026)



Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z di RW 04 Kelurahan Jurangmangu Timur yang berjumlah 687 jiwa, tersebar pada lima RT. Mengingat populasi tersebar pada area yang cukup luas, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Cluster Random Sampling (Area Sampling), dengan RT 02 dan RT 03 (total populasi 275 jiwa) ditetapkan sebagai klaster penelitian atas dasar homogenitas karakteristik sosial-ekonomi dan akses informasi generasi Z di kedua wilayah tersebut. Ukuran sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 5%:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{275}{1 + 275(0.05)^2}$$

$$n = \frac{275}{1.6875}$$

$$n = 162,96/163 \text{ responden}$$

Sampel sebanyak 163 responden dialokasikan secara proporsional, yaitu 76 responden dari RT 02 dan 87 responden dari RT 03. Sumber data terdiri atas data primer, yang diperoleh langsung melalui kuesioner berskala Likert (1-5) yang mengukur tingkat literasi, proses persepsi, dan pengambilan keputusan responden, serta data sekunder dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Disdukcapil) Kota Tangerang Selatan untuk mendukung penentuan populasi dan analisis deskriptif wilayah penelitian.

Teknik analisis data meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), analisis regresi linear berganda, uji hipotesis (uji t dan uji F), serta uji koefisien determinasi (R^2), yang seluruhnya diolah menggunakan IBM SPSS Statistics versi 25. Model regresi linear berganda yang digunakan adalah:

$$Y' = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

dengan Y' adalah Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah, α adalah konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi X_1 dan X_2 , serta ε adalah standard error.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelurahan Jurangmangu Timur merupakan satu dari 11 kelurahan di Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, dengan luas wilayah 2,66 km² yang terbagi menjadi 13 RW dan 57 RT. Jumlah penduduknya mencapai 32.278 jiwa, dengan mayoritas beragama Islam. Kuesioner disebarkan kepada 163 responden Generasi Z di RT 02 dan RT 03 RW 04 yang telah memenuhi kriteria penelitian.



Kategori	Kelompok	Jumlah (n)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	93	57,10%
	Perempuan	70	42,90%
Usia	15-18 tahun	41	25,20%
	19-22 tahun	56	34,40%
	23-26 tahun	34	20,90%
	27-30 tahun	32	19,60%
Status	Pelajar/Mahasiswa	80	49,10%
	Bekerja	77	47,20%
	Belum Bekerja	6	3,70%
Domisili	RT 02	76	46,60%
	RT 03	87	53,40%
Kepemilikan Rekening Bank Syariah	Belum memiliki	93	57,10%
	Sudah memiliki	70	42,90%

Gambar 5. Tabel Karakteristik Responden

Karakteristik responden menunjukkan proporsi laki-laki (57,1%) sedikit lebih tinggi dibandingkan perempuan, dengan mayoritas berada pada rentang usia produktif awal 19-22 tahun (34,4%) dan berstatus pelajar/mahasiswa (49,1%), meskipun proporsi responden yang telah bekerja juga cukup besar (47,2%). Yang menarik, sebagian besar responden (57,1%) belum memiliki rekening bank syariah, menunjukkan bahwa masih terdapat potensi besar bagi perbankan syariah untuk memperluas basis nasabah dari kalangan Generasi Z di wilayah sub-urban ini.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
X1.1	0,619	>	0,1538	Valid
X1.2	0,728	>	0,1538	Valid
X1.3	0,593	>	0,1538	Valid
X1.4	0,646	>	0,1538	Valid
X1.5	0,633	>	0,1538	Valid
X1.6	0,615	>	0,1538	Valid

Gambar 6. Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Literasi Bank Syariah



Pernyataan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
X2.1	0,603	>	0,1538	Valid
X2.2	0,646	>	0,1538	Valid
X2.3	0,517	>	0,1538	Valid
X2.4	0,612	>	0,1538	Valid
X2.5	0,52	>	0,1538	Valid
X2.6	0,569	>	0,1538	Valid

Gambar 7. Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Persepsi pada Bank Syariah

Pernyataan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
Y1.1	0,699	>	0,1538	Valid
Y1.2	0,655	>	0,1538	Valid
Y1.3	0,594	>	0,1538	Valid
Y1.4	0,67	>	0,1538	Valid
Y1.5	0,683	>	0,1538	Valid

Gambar 8. Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan menjadi Nasabah

Hasil uji instrument penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada ketiga variabel dinyatakan valid, dengan nilai r hitung setiap item lebih besar dari r tabel sebesar 0,1538 ($n = 163$, $df = 161$, $\alpha = 5\%$).

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
Literasi Bank Syariah (X1)	.711	0.6	Reliabel
Persepsi pada Bank Syariah (X2)	.834	0.6	Reliabel
Keputusan menjadi Nasabah (Y)	.840	0.6	Reliabel

Gambar 9. Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel Literasi Bank Syariah, Persepsi pada Bank Syariah, dan Keputusan Menjadi Nasabah seluruhnya berada di atas ambang batas 0,70, sehingga instrumen penelitian dinyatakan memiliki konsistensi internal yang baik dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.



Hasil Uji Asumsi Klasik

Harap periksa semua gambar dalam jurnal Anda, baik di layar, maupun hasil versi cetak.

Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		163
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.70947978
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.045
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c, d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 10. Tabel Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Hasil Uji Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.130	1.858		3.838	.000		
	Literasi Bank Syariah (X1)	.230	.062	.272	3.702	.000	.912	1.097
	Persepsi pada Bank Syariah (X2)	.291	.072	.298	4.047	.000	.912	1.097

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

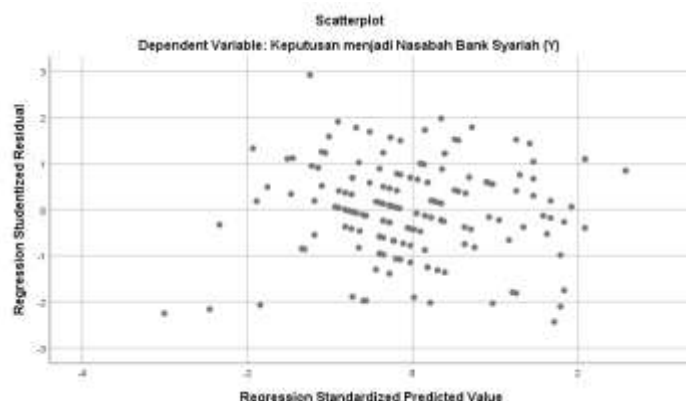
a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Gambar 11. Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diketahui pada variabel Literasi Bank syariah dan Persepsi Pada Bank Syariah memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dengan VIF < 10 sehingga memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.



Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 12. Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui tidak adanya pola yang berbentuk terstruktur dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.459 ^a	.211	.201	2.726	2.043

a. Predictors: (Constant), Persepsi pada Bank Syariah (X2), Literasi Bank Syariah (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Gambar 13. Tabel Hasil Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diketahui nilai Durbin-Watson test menunjukkan nilai 2,043, dimana angka tersebut terletak di antara 1,768 dan 2,232 maka dapat disimpulkan secara sah dan benar bahwa model regresi bebas dari masalah autokorelasi.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Harap periksa semua gambar dalam jurnal Anda, baik di layar, maupun hasil versi cetak. Ketika.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7.130	1.858		.000
	Literasi Bank Syariah (X1)	.230	.062	.272	.000
	Persepsi pada Bank Syariah (X2)	.291	.072	.298	.000

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Gambar 14. Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda



Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa konstanta sebesar 7,130. Koefisien Literasi Bank Syariah (X1) sebesar 0,230 menunjukkan arah positif, artinya setiap peningkatan satu satuan literasi akan meningkatkan Keputusan Menjadi Nasabah (Y) sebesar 0,230 satuan. Sementara itu, koefisien Persepsi pada Bank Syariah (X2) sebesar 0,291 juga menunjukkan arah positif, artinya setiap peningkatan satu satuan persepsi akan meningkatkan Keputusan Menjadi Nasabah sebesar 0,291 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.

Hasil Uji T (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.130	1.858		3.838	.000
	Literasi Bank Syariah (X1)	.230	.062	.272	3.702	.000
	Persepsi pada Bank Syariah (X2)	.291	.072	.298	4.047	.000

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Gambar 15. Tabel Hasil Uji T (Uji Parsial)

Berdasarkan hasil uji t diketahui Literasi Bank Syariah memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 3,702. Sehingga H1 yang menyatakan bahwa Literasi Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z, diterima.

Berdasarkan hasil uji t diketahui Persepsi pada Bank Syariah memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar 4,047. Sehingga H2 yang menyatakan bahwa Persepsi pada Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z, diterima.

Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	317.878	2	158.939	21.383	.000 ^b
	Residual	1189.287	160	7.433		
	Total	1507.166	162			

a. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi pada Bank Syariah (X2), Literasi Bank Syariah (X1)

Gambar 16. Tabel Hasil Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan hasil uji f diketahui Literasi Bank Syariah dan Persepsi pada Bank Syariah secara simultan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai F hitung sebesar 21,383. Sehingga H3 yang menyatakan bahwa Literasi Bank Syariah dan Persepsi pada Bank Syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z, diterima.



Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.459 ^a	.211	.201	2.726

a. Predictors: (Constant), Persepsi pada Bank Syariah (X2), Literasi Bank Syariah (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Gambar 17. Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil dari Tabel 4.16, uji koefisien determinasi (r^2) diatas diketahui bahwasannya nilai Adjusted R Square sebesar 0,201 atau setara dengan atau 20,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh variabel bebas yaitu (literasi bank syariah dan persepsi pada bank syariah) terhadap variabel terikat (keputusan menjadi nasabah di bank syariah) adalah sebesar 20,1% yang artinya terbatas atau kecil sedangkan sisanya sebesar ($100\% - 20,1\% = 79,9\%$) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Literasi Bank Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung variabel Literasi Bank Syariah sebesar $3,702 > t$ tabel 1,975 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima: Literasi Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa responden telah memahami konsep bank syariah yang bebas riba, memiliki kepercayaan terhadap transparansi pengelolaannya, serta berupaya menerapkan prinsip syariah dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Semakin tinggi tingkat literasi bank syariah yang dimiliki Generasi Z, semakin tinggi pula keputusan mereka untuk menjadi nasabah bank syariah.

Hasil ini sejalan dengan penelitian (Muhammad Rizky Aldiansyah et al., 2023) yang menemukan bahwa literasi perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah, serta konsisten dengan temuan (Sekar Syahira, 2022) bahwa literasi bank syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan generasi Z menggunakan bank syariah.

2. Pengaruh Persepsi pada Bank Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung variabel Persepsi pada Bank Syariah sebesar $4,047 > t$ tabel 1,975 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_2 diterima: Persepsi pada Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z, dan menjadi variabel dengan pengaruh parsial paling dominan pada penelitian ini. Responden yang memperhatikan informasi mengenai bank syariah, memahami perbedaannya dengan bank konvensional, serta meyakini pengelolaannya sesuai nilai-nilai Islam, cenderung memiliki kepercayaan dan ketertarikan yang lebih tinggi untuk memilih bank syariah.



Temuan ini sejalan dengan penelitian (Oktaviani & Hidayat, 2019) yang menemukan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, serta selaras dengan studi kualitatif (M.Rozi et al., 2025) yang menunjukkan bahwa persepsi generasi Z terhadap perbankan syariah berada pada tingkat yang cukup baik. Namun, temuan ini berbeda dengan penelitian (Nasution & Rahmayati, 2024) yang menunjukkan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah, sehingga hubungan antara persepsi dan keputusan nasabah tampak bersifat kontekstual dan dipengaruhi oleh karakteristik wilayah penelitian.

3. Pengaruh Literasi dan Persepsi pada Bank Syariah secara Simultan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung $21,383 > F$ tabel 3,05 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima: Literasi Bank Syariah dan Persepsi pada Bank Syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi yang baik dan persepsi yang positif secara bersama-sama mampu meningkatkan kesadaran responden akan pentingnya menghindari riba, mendorong pencarian informasi mengenai bank syariah, serta meningkatkan kepuasan setelah menggunakan layanannya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Taqiyuddin et al., 2024) yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara literasi keuangan syariah dan persepsi masyarakat terhadap minat menabung di bank syariah di Kecamatan Pancoran Mas, Kota Depok. Dengan kontribusi sebesar 20,1%, hasil ini juga mengindikasikan bahwa terdapat ruang yang luas bagi faktor-faktor lain seperti religiusitas, kualitas layanan digital, aksesibilitas, dan promosi untuk turut dikaji dalam penelitian mendatang guna memperkuat pemahaman mengenai determinan keputusan Generasi Z menjadi nasabah bank syariah.

KESIMPULAN

Pada Penelitian ini menyimpulkan tiga temuan utama. **Pertama**, Literasi Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z di Kelurahan Jurangmangu Timur, terutama pada pemahaman responden mengenai konsep bank syariah yang bebas dari praktik riba, sehingga literasi dapat dipandang sebagai faktor penting dalam mendorong keputusan generasi Z menjadi nasabah. **Kedua**, Persepsi pada Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah, terutama pada keyakinan responden bahwa bank syariah dikelola secara transparan dan sesuai nilai-nilai Islam, dengan pengaruh parsial paling dominan dibandingkan literasi (t hitung 4,047). **Ketiga**, Literasi dan Persepsi pada Bank Syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (F hitung 21,383; signifikansi 0,000), dengan kontribusi sebesar 20,1% terhadap variasi keputusan menjadi nasabah.

Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi regulator dan industri perbankan syariah untuk memperkuat program edukasi dan sosialisasi literasi keuangan syariah yang menyasar generasi Z secara spesifik, sekaligus membangun persepsi positif melalui transparansi pengelolaan dan komunikasi nilai-nilai syariah yang lebih relevan dengan gaya hidup digital generasi muda, khususnya di kawasan sub-urban yang berkembang pesat seperti Jurangmangu Timur. Mengingat



kontribusi kedua variabel terhadap keputusan menjadi nasabah masih terbatas (20,1%), penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan variabel lain seperti religiusitas, kualitas layanan digital, dan aksesibilitas, serta memperluas cakupan populasi dan sampel penelitian agar diperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai determinan keputusan Generasi Z menjadi nasabah bank syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- (OJK), O. J. K. (2025a). *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. OJK.Go.Id. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx#:~:text=SNLIK Tahun 2025 menggunakan parameter,terhadap produk dan layanan keuangan.>
- (OJK), O. J. K. (2025b). *Snapshot Perbankan Syariah Juni 2025*. OJK.Go.Id. <http://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Snapshot-Perbankan-Syariah-Indonesia-Juni-2025/Snapshot Perbankan Syariah Juni 2025.pdf>
- (OJK), O. J. K., & (BPS), B. P. S. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2025 Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik*. <https://ojk.go.id/id/Fungsi-Utama/Perilaku-Pelaku-Usaha-Jasa-Kuangan/SNLIK/Documents/Buku Statistik Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan %28SNLIK%29 Tahun 2025.pdf>
- Annisa, S. C., Prasaja, M. G., & Utomo, A. S. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Aksesibilitas Dan Latar Belakang Pendidikan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo). *Jurnal Volatilitas*, 7(1), 48–73.
- Antaranews. (2023). *OJK: Pangsa pasar perbankan syariah Indonesia tumbuh jadi 7,3 persen*. Antaranews.Com. <https://www.antaranews.com/berita/3772113/ojk-pangsa-pasar-perbankan-syariah-indonesia-tumbuh-jadi-73-persen>
- CNBC Indonesia. (2018). *2023, BI Targetkan Industri Syariah Capai Market Share 20%*. Wwww.Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbciindonesia.com/syariah/20181212142636-29-46049/2023-bi-targetkan-industri-syariah-capai-market-share-20>
- Disdukcapil. (2025). *Kecamatan Pondok Aren DKB Semester I Tahun 2025*. Tangerang.selatankota.Go.Id. <https://disdukcapil.tangerangseltankota.go.id/uploads/demografi/KESELURUHAN1754887505361.pdf>
- Fajri, V. D., Oktaviani, D. A., & Hasanah, U. (2025). Analisis persepsi generasi Z terhadap produk bank Syariah kota Bengkulu. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 5(6), 1177–1190. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jebbs.v5i5.3697>
- Feby, F. E., Juliani, T. F., & Desiana, L. (2025). Analisis persepsi masyarakat dan peran lingkungan terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Pasar Induk Jakabaring Palembang. *JURNAL EKONOMI KIAMAT*, 36(1). <https://doi.org/10.25299/kiat.2025.19672>
- Gorontalo, B. P. S. K. (2025). *Memahami Generasi Z: Tantangan, Perilaku, dan Peluang*. Bps.Go.Id. <https://gorontalokab.bps.go.id/id/news/2025/02/05/30/memahami-generasi-z--tantangan--perilaku--dan-peluang.html>
- KNEKS. (2024). *Pleno KNEKS 2024: Ekonomi Syariah Kekuatan Baru Menuju Indonesia Emas 2045*. Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS).



<https://www.kneks.go.id/berita/662/pleno-kneks-2024-ekonomi-syariah-kekuatan-baru-menuju-indonesia-emas-2045?category=3>

- M.Rozi, Habriyanto, & Syahrizal, A. (2025). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Perbankan Syariah Di Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi. *Margin: Journal Of Islamic Banking*, 5(1), 201–219. <https://doi.org/https://doi.org/10.30631/rprkxm70>
- Muhaimin. (2023). *Daftar 29 Negara dengan 90% Populasinya Muslim, Indonesia Tak Masuk*. SINDOnews.Com. <https://international.sindonews.com/read/1263901/45/daftar-29-negara-dengan-90-populasinya-muslim-indonesia-tak-masuk-1701249117>
- Muhammad Rizky Aldiansyah, Muhammad Ridwan, & Arnida Wahyuni Lubis. (2023). Pengaruh Literasi Perbankan Syariah Dan Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara Menabung Di Bank Syariah. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(3), 61–81. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v1i3.333>
- Nasution, A. N. P., & Rahmayati, R. (2024). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Al Fikh Orchard Sungai Pinang, Malaysia). *Ecobankers: Journal of Economy and Banking*, 5, 93–102. <https://doi.org/https://doi.org/10.47453/ecobankers.v5i2.2584>
- Oktaviani, N., & Hidayat, M. F. (2019). Persepsi Masyarakat Desa Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Indramayu (Studi pada Masyarakat Desa Langut , Kecamatan Lohbener , Kabupaten Indramayu). *Khulasah : Islamic Studies Journal*, 1, 33–41. <https://doi.org/10.55656/ksij.v5i2.129>
- Rahma, G. (2023). *Tumbuh Berlipat Perbankan Syariah Nasional*. Koran Tempo. <https://www.tempo.co/ekonomi/kinerja-perbankan-syariah-2023-818188>
- Sekar Syahira. (2022). *Pengaruh Literasi Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada Generasi Z Di Jakarta*. 11.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian manajemen : pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi (mixed methods), penelitian tindakan (action research), penelitian evaluasi* (Setiyawarni (ed.); Cet 1). Alfabeta.
- Taqiyuddin, M., Handoko, L. H., & Fuad, I. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Persepsi Masyarakat Kecamatan Pancoran Mas Kota Depok Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. *Islamic Business and Finance (IBF)*, 5(1), 64–85.
- Wihadanto, A., Cahyadi, N. M. A. K., Prima, S. R., Permana, M., & Pamungkas, G. B. (2024). Tipologi Kawasan Kampung Kota yang Terjepit di Tangerang Selatan dalam Perspektif Spasial. *Tata Loka*, 26(1), 63–76. <https://doi.org/10.14710/tataloka.26.1.63-76>