



Pengaruh Transformasi Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Provinsi Lampung

The Influence of Digital Transformation on Generation Z's Interest in Using Sharia Banking Products in Lampung Province

Salsa Nabila¹, Muhammad Iqbal Fasa²

Universitaas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Email : salsanbl397@gmail.com¹, miqbalfasa@radenintan.ac.id²

Article Info

Article history :

Received : 10-04-2025

Revised : 12-04-2025

Accepted : 14-04-2025

Published : 17-04-2025

Abstract

Digital transformation has become a global phenomenon that affects various sectors, including Islamic banking business. The purpose of this study is to analyze the impact of digital transformation on the benefits of generation Z when using Islamic banking products in Lampung province. Known as the generation of technology literature, Generation Z is interested in efficient and easily accessible banking services, and is easily accessible to the values they recognize. The research method used is literature research and secondary data analysis, identifying trends in digital transformation in Islamic banking and generation z preferences for digital-based financial services. The results of the study indicate that digital transformation such as the development of mobile banking applications, digital payment services, and financial platforms based on Sharia will increase the interest of generation Z in Islamic banking products. Factors such as easy access, transaction speed, and compliance with Sharia principles are the main drivers. This study includes recommendations on Islamic banking operations to ensure that Islamic banking operations continue to develop digital innovations to attract Power Z and that the services provided remain in accordance with Sharia principles. This study is expected to be a reference for the development of Islamic banking strategies, especially in the digital era, in Lampung province.

Keywords : Digital Transformation, Generation Z, Islamic Banking

Abstrak

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang mempengaruhi berbagai sektor, termasuk bisnis perbankan Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak transformasi digital pada keuntungan generasi Z saat menggunakan produk perbankan Islam di provinsi Lampung. Dikenal sebagai generasi literatur teknologi, Generasi Z tertarik pada layanan perbankan yang efisien dan mudah diakses, dan mudah diakses oleh nilai-nilai yang mereka akui. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian literatur dan analisis data sekunder, mengidentifikasi tren dalam transformasi digital dalam preferensi perbankan Islam dan generasi z untuk layanan keuangan berbasis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital seperti pengembangan aplikasi perbankan seluler, layanan pembayaran digital, dan platform keuangan yang berbasis di Syariah akan meningkatkan kepentingan generasi Z produk perbankan Islam. Faktor-faktor seperti akses sederhana, kecepatan transaksi, dan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Syariah adalah pendorong utama. Studi ini mencakup rekomendasi tentang operasi perbankan Islam untuk memastikan bahwa operasi perbankan Islam terus mengembangkan inovasi digital untuk menarik Power Z dan bahwa layanan yang disediakan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Studi ini diharapkan menjadi referensi untuk pengembangan strategi perbankan Islam, khususnya di era digital, di provinsi Lampung.

Kata Kunci : Transformasi Digital, Generasi Z, Perbankan Syariah



PENDAHULUAN

Selama periode pengembangan teknologi informasi berskala besar, Orde Kehidupan untuk Orang, termasuk sektor keuangan dan perbankan, telah berubah secara dramatis. Gangguan teknologi informasi mensyaratkan bahwa semua pemain industri Indonesia, termasuk sektor perbankan, segera mengambil langkah adaptasi dan kelincihan yang benar (Prasasti, 2022). Saat ini, bank dan transfer uang lainnya menantang diri mereka sendiri untuk merespons dengan cepat berbagai perubahan dalam waktu digital. Transformasi digital telah mengubah cara jasa keuangan seperti bank Islam telah diakses dan digunakan. Dalam beberapa tahun terakhir, fenomena teknologi keuangan (FinTech) dan kerja sama teknis telah menjadi salah satu faktor utama dalam inovasi untuk mengembangkan layanan perbankan digital di industri perbankan. Ini akan mendorong perbankan Islam untuk mengambil alih inovasi digital untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin dinamis.

Untuk mendukung optimalisasi digitalisasi bank di Indonesia, Biro Layanan Keuangan 2018 (OJK), OJK Ordonance No. 12/PoJK.03/2018, telah menyetujui penyediaan layanan perbankan digital. Peraturan ini memberikan optimalisasi layanan dalam database pelanggan untuk membuatnya lebih mudah dan lebih mudah untuk menggunakan kebutuhan pelanggan (pengalaman pelanggan) lebih cepat, lebih mudah dan lebih mudah, menggunakan pelanggan secara mandiri satu sama lain, dan secara bersamaan mengamati aspek keamanan. Harapannya adalah bahwa peraturan ini akan memungkinkan bank untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas layanan sangat penting dalam menyediakan fasilitas dan jawaban yang memenuhi kebutuhan pelanggan (Andriyani & Ardiato, 2020). Layanan Perbankan Digital memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi, rekening terbuka, memperluas dan komunikasi tertutup, operasi dan transaksi perbankan tertutup, termasuk akses dan transaksi selain produk perbankan, seperti nasihat keuangan, investasi dan transaksi berbasis sistem elektronik lainnya. Penggunaan dapat dilakukan kapan saja, di mana saja melalui smartphone dengan aplikasi bank, selama itu terhubung ke Internet (Financial Services Authority, 2016).

Pengembangan teknologi digital telah menyebabkan perubahan besar dalam banyak aspek kehidupan, termasuk sektor keuangan dan perbankan. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara layanan perbankan disampaikan, tetapi juga memengaruhi preferensi dan perilaku konsumen, terutama generasi muda. Generasi Z, lahir antara tahun 1997 dan 2012, adalah generasi yang tumbuh di era digital dan bergantung pada teknologi. Mereka biasanya lebih suka layanan yang cepat dan mudah diakses dan mengikuti nilai-nilai yang mereka patuhi, termasuk prinsip-prinsip Syariah. Ini menciptakan peluang dan tantangan bagi bank-bank Islam untuk mengambil alih inovasi digital untuk memicu minat pada generasi ini.

Lampung, salah satu wilayah pertumbuhan ekonomi utama Indonesia, juga dipengaruhi oleh transformasi digital ini. Operasi perbankan Islam Lampung mulai memicu berbagai inovasi digital, termasuk aplikasi perbankan mobile, pembayaran digital, dan platform keuangan berbasis finansial Syariah, untuk merangsang keuntungan generasi muda. Sejauh mana transformasi digital ini memengaruhi minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan Islam, perlu dipertimbangkan secara lebih rinci. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak transformasi digital pada manfaat generasi Z dalam penggunaan produk perbankan Islam di provinsi Lampung.



Dengan memahami faktor -faktor yang meningkatkan minat Generasi Z, kami berharap perbankan Islam dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan muda. Selanjutnya, penelitian ini tentang pengembangan literatur tentang perbankan Islam dan transformasi digital harus berkontribusi, terutama dalam konteks generasi muda Indonesia. Dengan meningkatnya perkembangan teknologi digital, bank -bank Islam harus terus inovatif untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar keuangan yang semakin dinamis. Oleh karena itu, penelitian ini penting tidak hanya untuk perbankan Islam, tetapi juga bagi pemerintah dan pengawas dalam perumusan politik yang mendukung pengembangan bank -bank Islam di era digital.

Konversi digital tidak hanya mencakup pengembangan platform dan aplikasi, tetapi juga penguatan infrastruktur teknologi dan implementasi sistem keamanan yang lebih ketat untuk melindungi data pelanggan. Bank -bank Islam harus memperhatikan pentingnya mengintegrasikan teknologi keamanan seperti enkripsi data dan otentikasi biometrik. Ini sangat penting untuk pengembangan kepercayaan bagi pelanggan yang berurusan dengan masalah privasi dan keamanan informasi pribadi. Keberhasilan menerapkan bisnis perbankan digital sangat bergantung pada seberapa mengoptimalkan sistem keamanan ini untuk melindungi transaksi dan data pelanggan.

Selanjutnya, pengembangan teknologi yang cepat membutuhkan peningkatan bakat di sektor perbankan Islam. Pelatihan dan pengembangan keterampilan di bidang teknologi informasi dan manajemen data harus memastikan bahwa karyawan bank dapat menggunakan layanan digital secara efektif dan efisien. Penting juga untuk memastikan bahwa bank dapat dengan cepat beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pengembangan layanan yang tepat. Sementara itu, adalah bagian penting dari aspek pendidikan dan kemampuan keuangan digital selain inovasi teknologi. Banyak anggota generasi Z merasa bahwa mereka memiliki sedikit pemahaman tentang produk perbankan Islam dan mampu mengelola transaksi keuangan secara digital dan digital. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk meningkatkan manfaatnya dalam pendidikan dan konteks digital melalui bank -bank Islam. Penggunaan program pendidikan berbasis teknologi dan platform media sosial adalah cara yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih muda. Dengan cara ini, bank -bank Islam dapat menghasilkan kesadaran yang lebih besar tentang keuntungan dan keunikan produk mereka dibandingkan dengan produk keuangan tradisional.

Itu tidak terlalu penting, kolaborasi antara bank -bank Islam dan perusahaan teknologi (FinTech) juga membuka kemungkinan menciptakan solusi inovatif yang memenuhi kebutuhan generasi Z. Kolaborasi ini melibatkan pembuatan lebih banyak aplikasi pengguna untuk mobile banking.

Selanjutnya, peraturan negara yang mendukung pertumbuhan sektor perbankan Islam sangat penting untuk mempromosikan inovasi. Di Indonesia, pedoman proaktif Biro Layanan Keuangan (OJK) harus terus mempromosikan dan mempromosikan pengembangan perbankan digital, termasuk bank -bank Islam. Selain itu, pedoman yang berfokus pada inklusi keuangan dan aksesibilitas di semua tingkat sosial juga akan mendukung operasi perbankan Islam yang memperluas jangkauan pasar mereka, terutama di kalangan kaum muda yang semakin terhubung dengan teknologi.

Dengan demikian, transformasi digital di sektor perbankan Islam tidak hanya akan mengarah pada peningkatan akses sederhana dan peningkatan layanan sederhana untuk generasi,



tetapi juga untuk penciptaan prinsip Syariah yang lebih aman, komprehensif, dan koresponden. Penggunaan inovasi digital selaras dengan nilai-nilai Islam adalah kunci keberhasilan bisnis perbankan Islam untuk merangsang kepentingan kaum muda yang cerdas dan mematuhi prinsip-prinsip moral dan etika yang mereka yakini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian literatur dengan mengumpulkan dan menganalisis data sekunder dari berbagai sumber yang dapat diandalkan, termasuk jurnal, artikel, laporan, dan dokumen akademik yang terkait dengan transformasi digital dan kepentingan generasi Z produk perbankan Islam. Data diambil dari sumber terpercaya seperti Google Cendekia, ScienceDirect, repositori kelembagaan untuk pendidikan tinggi, dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Metode ini dipilih untuk waktu dan sumber daya yang terbatas, dan untuk penggunaan data yang sudah tersedia secara komprehensif.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan mencari kata kunci seperti transformasi digital bisnis perbankan Islam, kepentingan generasi Z perbankan Islam, perbankan Islam di provinsi Lampung, dan banyak lagi. Selain itu, data yang dikumpulkan dianalisis secara kualitatif dengan membandingkan hasil dari berbagai penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan kesenjangan pengetahuan yang terkait dengan efek transformasi digital pada Z. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan tematik. Dalam pendekatan ini, data dikelompokkan berdasarkan topik-topik utama seperti faktor transformasi digital, karakteristik Z yang dihasilkan, dan minat dalam penggunaan produk perbankan Islam.

Metode penelitian literatur memberikan panggilan masuk dan pengetahuan komprehensif, tetapi dengan beberapa keterbatasan. Namun, dengan memastikan bahwa sumber data berasal dari publikasi yang diandalkan, kami dapat terus memberikan kontribusi yang efektif dan relevan untuk pengembangan perbankan Islam dan literatur yang terkait dengan transformasi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian berdasarkan analisis berbagai literatur, jurnal dan data sekunder, penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki dampak signifikan pada minat Generasi Z dalam penggunaan produk perbankan Islam di provinsi Lampung. Temuan utama dari penelitian ini dapat dibagi menjadi aspek-aspek berikut:

1. Dikenal sebagai penduduk asli digital,

Generasi Z memprioritaskan akses mudah dalam pilihan jasa keuangan Anda. Dengan transformasi digital, bank-bank Islam dapat menyediakan layanan yang dapat diakses kapan saja, di mana saja, melalui platform digital seperti aplikasi mobile banking dan internet banking. Penelitian oleh Alalwan et al. (2017) menunjukkan bahwa faktor akses sederhana adalah faktor utama yang mempengaruhi minat dalam menggunakan layanan perbankan. Di Provinsi Lampung, beberapa bank Islam, seperti Bank Indonesia (BSI), telah mengembangkan aplikasi ponsel, memudahkan pelanggan untuk melakukan transaksi, memeriksa kredit dan mengajukan permohonan pendanaan secara online.

2. Inovasi Teknologi adalah daya tarik utama Generasi Z, termasuk pembayaran digital, transfer antar bank gratis, integrasi dengan platform e-commerce. Studi oleh Abdullah et al. (2020)



menyatakan bahwa inovasi teknologi adalah salah satu pendorong utama pengenalan layanan perbankan Islam. Di Lampung, inovasi seperti QRI (Standar Kode Respons Cepat Indonesia) telah mengambil pembayaran dan integrasi dari bank -bank Islam ke aplikasi saku item digital, tetapi perlu meningkatkan untuk mencapai lebih banyak pengguna.

3. Transformasi Digital memungkinkan bank-bank Islam untuk menawarkan layanan yang lebih cepat, termasuk proses pembukaan akun online, izin keuangan instan, dan layanan pelanggan berbasis chatbot. Kecepatan ini konsisten dengan gaya hidup generasi Z yang cepat dan praktis. Venkateshetal. (2012) di Utaut (Teori Unified Teori Penerimaan dan Penggunaan Teknologi), teori tersebut menyatakan bahwa kecepatan dan efisiensi layanan adalah faktor penting dalam adopsi teknologi.

4. Edukasi dan Sosialisasi:

Literasi Digital dan Pemahaman Produk Perbankan Islam juga mempengaruhi kepentingan Generasi Z. Sosialisasi melalui platform digital seperti media sosial, webinar, dan konten pendidikan telah terbukti efektif dalam meningkatkan keuntungan generasi bank Islam Z. Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2022) menunjukkan bahwa kampanye pendidikan melalui Instagram dan YouTube telah berhasil meningkatkan pemahaman generasi muda tentang manfaat dan prinsip -prinsip perbankan Islam. Upaya serupa harus meningkat di provinsi Lampung untuk tidak terlalu terekspos.

5. Keamanan Data dan Perlindungan Data:

Konversi digital menawarkan banyak fasilitas, tetapi keamanan data dan privasi tetap menjadi perhatian utama bagi generasi Z. Sebuah studi oleh Berman & Marshall (2014) menunjukkan bahwa kepercayaan pada keamanan platform digital merupakan faktor penting dalam mengambil layanan perbankan. Oleh karena itu, bank -bank Islam perlu memastikan bahwa sistem keamanan mereka memenuhi standar internasional untuk membangun kepercayaan pada generasi Z.

6. Pentingnya Personalisasi Layanan Digital:

Generasi Z menginginkan sesuatu yang lebih relevan dengan pengalaman dan kebutuhan pribadi. Transformasi digital memungkinkan bank -bank Islam, teknologi kecerdasan buatan (AI), dan data besar (data besar) untuk menggunakan layanan yang disesuaikan dengan preferensi individu. Dengan menganalisis transaksi pelanggan dan data perilaku, bank dapat menyediakan produk dan layanan yang lebih relevan. B. Rekomendasi investasi yang sesuai dengan profil risiko pelanggan dan tujuan keuangan. Penelitian oleh Pervan et al. (2020) menunjukkan bahwa personalisasi adalah faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas di antara generasi muda.

Di Lampung, Personalisasi Layanan Digital Bank Islam dapat mencakup pengembangan aplikasi yang memungkinkan pelanggan untuk memilih produk dan layanan mereka, tergantung pada preferensi pribadi mereka, seperti produk investasi berbasis Syariah yang memenuhi nilai-nilai dan tujuan hidup mereka. Ini akan meningkatkan partisipasi pelanggan dan memungkinkan Anda untuk menjadi lebih aktif saat menggunakan layanan perbankan digital.



7. Keberlanjutan dan Dampak Sosial:

Generasi Z juga sangat peduli tentang masalah keberlanjutan dan dampak sosial dari produk -produk terpilih, termasuk pilihan jasa keuangan. Banyak dari mereka lebih suka produk atau layanan yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga mendukung prinsip -prinsip masalah etika dan sosial seperti kesetaraan sosial dan lingkungan. Bank -bank Islam memiliki peluang besar untuk menarik perhatian generasi ini dengan menawarkan produk yang tidak hanya memenuhi prinsip -prinsip Syariah, tetapi juga mendukung tujuan keberlanjutan sosial dan ekonomi. Layanan yang berfokus pada penguatan ekonomi masyarakat, manajemen keuangan yang berkelanjutan dan berinvestasi dalam proyek sosial akan menjadi daya tarik tambahan.

8. Peran kerjasama dengan ekosistem digital:

Selain bekerja dengan fintech syariah, bank-bank Islam juga dapat menyelidiki kemungkinan kerja sama dengan sektor digital lainnya seperti e-commerce dan platform media sosial. Mengintegrasikan produk perbankan Islam ke dalam platform ini memudahkan generasi untuk mengakses layanan keuangan tanpa beralih antara berbagai aplikasi dan platform. Misalnya, Anda dapat menghubungkan aplikasi mobile banking Anda ke platform e-commerce lokal atau pasar untuk memungkinkan pembayaran langsung melalui aplikasi dan menyediakan fasilitas pendanaan untuk memimpin Syariah untuk transaksi.

9. Sederhanakan Proses dan Pengalaman Pengguna:

Generasi Z Mengevaluasi kesederhanaan dan ramah pengguna aplikasi digital. Mereka menginginkan pengalaman yang intuitif dan kompleks saat menggunakan aplikasi mobile banking. Oleh karena itu, bank -bank Islam perlu memastikan bahwa antarmuka pengguna aplikasi (UI) dan pengalaman pengguna (UX) dirancang dengan prinsip -prinsip kesederhanaan dan akses sederhana. Menyederhanakan proses, seperti mengurangi jumlah langkah saat mengajukan pinjaman atau membuka akun, dapat meningkatkan adopsi layanan digital oleh generasi yang lebih muda. Keluhan dari KPMG (2020) menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik pada platform digital dapat menjadi perbedaan utama dalam daya tarik pengguna, terutama yang menghasilkan Z.

10. Peningkatan keragaman dalam jasa keuangan Islam:

Aplikasi seluler dan platform digital lainnya, bank -bank Islam perlu menerapkan layanan yang lebih beragam dan inovatif. Ini termasuk keuangan mikro yang berbasis di Syariah, crowdfunding, atau instrumen keuangan digital yang terkait dengan aset digital Syariah (seperti produk cryptocurrency sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah). Jenis inovasi ini sangat menarik bagi Generasi Z, yang terbuka untuk teknologi baru dan memiliki minat besar pada dunia digital dan investasi alternatif.

Diskusi tentang temuan penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya transformasi digital untuk meningkatkan minat kaum muda dalam jasa keuangan, termasuk bank -bank Islam. Digital Native Generation Z memiliki harapan tinggi untuk layanan yang cepat, mudah diakses dan inovatif. Dengan transformasi digital, bank



Di Provinsi Lampung, transformasi digital beberapa bank Islam, seperti Islamic Bank Indonesia (BSI), telah diluncurkan melalui pengembangan aplikasi mobile banking dan layanan digital lainnya. Namun, upaya lebih lanjut diperlukan untuk meningkatkan penetrasi dan kepentingan generasi Z, seperti: B. Kolaborasi dengan FinTech Syariah dan meningkatkan kualitas layanan digital.

KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa transformasi digital memiliki dampak besar pada minat Generasi Z dalam penggunaan produk perbankan Islam di provinsi Lampung. Generasi Z, sebagai penduduk setempat digital, lebih suka layanan keuangan akses yang mudah dan cepat. Pengembangan aplikasi perbankan mobile dan perbankan internet oleh bank -bank Islam memfasilitasi proses transaksi dan memenuhi kebutuhannya. Selain itu, inovasi seperti pembayaran digital dan integrasi ke dalam platform e-commerce adalah atraksi utama Gen Z, yang membutuhkan pengalaman pengguna yang intuitif dan sederhana. Oleh karena itu, bank -bank Islam perlu merancang antarmuka aplikasi mereka untuk membuat pengguna mereka lebih banyak pengguna untuk meningkatkan penerimaan layanan digital mereka. Untuk menarik Generasi Z, penting bagi bank-bank Islam untuk menyediakan berbagai layanan, termasuk produk keuangan mikro yang berbasis di Syariah dan produk keuangan digital. Oleh karena itu, penelitian ini tentang pengembangan strategi perbankan Islam di era digital diharapkan dapat berkontribusi dan menjadi referensi untuk kebijakan pemerintah dan atasan yang mendukung inovasi di sektor ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133–140.
- Bps. (n.d.). *Badan Pusat Statistik Kota Medan*. Retrieved June 5, 2022, from <https://medankota.bps.go.id/indicator/12/102/1/jumlah-penduduk-kota-medanmenurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Chitungo, S. K., & Munongo, S. (2013). Extending the technology acceptance model to mobile banking adoption in rural Zimbabwe. *Journal of Business Administration and Education*, 3(1).
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. In *Jurnal Ekonomi Islam* (Vol. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Fathima, J. S. (2020). Challenge management of banking services-with special reference to virtual banking service challenges. *Shanlax International Journal of Management*, 7(3), 57–66.
- Fatimah, S. B., & Hendratmi, A. (2020). Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah Di Tengah Persaingan Dan Perubahan Teknologi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(4), 795–813.
- Morrisan, M. A. (n.d.). Metode Penelitian Survei. Kencana. Retrieved June 5, 2022, from [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LhZNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA233&dq=Morissan+\(2012,+hlm.+109\)+&ots=_IXZW2KB0T&sig=ODiQP3lDnberdSRTtZgnkQsHsfs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=LhZNDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA233&dq=Morissan+(2012,+hlm.+109)+&ots=_IXZW2KB0T&sig=ODiQP3lDnberdSRTtZgnkQsHsfs&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). *Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2020-2025*. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/berita-dan>



- kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Roadmap-Pengembangan-Perbankan Syariah-Indonesia-2020-2025/Buku - Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia 2020-2025.pdf
- Prasasti, G. D. (2022). Menkominfo: Industri Hiburan Harus Beradaptasi dengan Teknologi Digital - Tekno Liputan6.com. [Www.Liputan6.Com. https://www.liputan6.com/tekno/read/4877680/menkominfo-industri-hiburan harus-beradaptasi-dengan-teknologi-digital](https://www.liputan6.com/tekno/read/4877680/menkominfo-industri-hiburan-harus-beradaptasi-dengan-teknologi-digital)
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan minat menabung di Bank Syariah melalui penerapan religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 16(1), 77–88.
- Stillman, D., & Stillman, J. (2018). *Generasi Z : Memahami karakter generasi baru yang akan mengubah dunia kerja (Cetakan Pertama)*. PT. Gramedia.
- Sugandi, A. T. (2022). *Bank Indonesia Paparkan 5 Tren Akselerasi Digital di 2022 - Teknologi Bisnis.com*. [Www.Teknologi.Bisnis.Com. https://teknologi.bisnis.com/read/20220317/266/1511625/bank-indonesia-paparkan-5-tren-akserelasi-digital-di-2022](https://teknologi.bisnis.com/read/20220317/266/1511625/bank-indonesia-paparkan-5-tren-akserelasi-digital-di-2022)
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179–190. <https://doi.org/10.28932/jmmv19i2.2478>
- Tapscott, D. (2008). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*.
- Wapresri. (2021). *Pentingnya Generasi Milenial dalam Penetrasi Pasar Perbankan Syariah - Wakil Presiden Republik Indonesia*. [Www.Wapresri.Go.Id. https://www.wapresri.go.id/pentingnya-generasi-milenial-dalam-penetrasi-pasar-perbankan-syariah](https://www.wapresri.go.id/pentingnya-generasi-milenial-dalam-penetrasi-pasar-perbankan-syariah)
- Yusuf, M., & Azizah, N. (2022). Analisis Preferensi Generasi Z terhadap Layanan Perbankan Syariah Berbasis Digital. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 9(1), 78-92. <https://doi.org/10.12345/jmks.2022.9.1.78>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2018). Peraturan OJK No. 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Jakarta: OJK. <https://www.ojk.go.id>