

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LAYANAN DIGITAL, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT MENABUNG GENERASI Z PADA BANK SYARIAH DI KOTA SURABAYA



NIKEN FITRIA SARI (1021910042)
DOSEN PEMBIMBING
Alfiana Fitri, S.A., M.A., CERA

ABSTRAK

Literasi keuangan sangat penting bagi kehidupan sehari-hari dengan adanya literasi keuangan maka akan mengetahui pengeluaran dan pemasukan yang didapatkan dengan adanya bank syariah memudahkan masyarakat untuk melakukan literasi keuangan karena di bank syariah selain mudah untuk bertransaksi di bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan, layanan digital, dan digital marketing terhadap minat generasi Z pada bank syariah

HASIL PENELITIAN

HASIL UJI LINIER BERGANDA

1. Nilai koefisien regresi Literasi Keuangan (X_1) sebesar 0,531. Hal tersebut menunjukkan variabel X_1 berpengaruh positif bagi Minat Menabung Generasi Z
2. Nilai koefisien regresi Layanan Digital (X_2) sebesar 0,459. Hal tersebut menunjukkan variabel X_2 berpengaruh positif bagi Minat Menabung Generasi Z
3. Nilai koefisien regresi *Digital Marketing* (X_3) sebesar 0,127. Hal tersebut menunjukkan variabel X_3 berpengaruh positif bagi Minat Menabung Generasi Z

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah layanan digital berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi Z pada Bank Syariah di Kota Surabaya?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi Z pada Bank Syariah di Kota Surabaya?
3. Apakah *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung generasi Z pada Bank Syariah di Kota Surabaya?

METODE PENELITIAN

Populasi penelitian ini adalah Generasi Z yang menabung di Bank Syariah di Kota Surabaya, sampel ditetapkan sebanyak 100 responden yang mengisi kuesioner di Bank Syariah. Penelitian menggunakan metode kuantitatif, dengan data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan instrument kuesioner. Analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda

KESIMPULAN

1. **Literasi Keuangan (X_1)** secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Generasi Z terhadap Bank Syariah, Karena jika minat menabung lebih tinggi terhadap literasi keuangan, maka hal tersebut bisa meningkatkan tingkat literasi keuangan di bank syariah
2. **Layanan Digital (X_2)** secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Generasi Z terhadap Bank Syariah, Karena jika layanan digital bank syariah memiliki fitur yang baik dan tidak ada masalah pada saat digunakan, maka minat menabung juga akan semakin baik
3. ***Digital Marketing* (X_3)** secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Menabung Generasi Z terhadap Bank Syariah, Karena Jika *digital marketing* yang ada di bank syariah memberikan informasi atau memberikan pelayanan yang cepat maka minat menabung juga semakin baik.

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-16.748	3.539		-4.732	.000
1	X1	.531	.103	.440	5.169	.000
	X2	.459	.132	.283	3.486	.001
	X3	.127	.047	.209	2.726	.008

a. Dependent Variable: Y