

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DIGITAL BANKING EXPERIENCE, DAN NILAI MAQASHID SYARIAH TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN BANK SYARIAH DI KOTA BOGOR

Nadila Ramadhani¹, Indupurnahayu², Tika Kartika³

nadilaramadhani217@gmail.com¹, indupurnahayu@uika-bogor.ac.id²,

tikakartika@uika-bogor.ac.id³

Universitas Ibn Khaldun Bogor

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kesenjangan antara meningkatnya tingkat literasi keuangan syariah dengan masih rendahnya keputusan pemilihan bank syariah, khususnya pada Generasi Z di kota Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan pemilihan bank syariah di Kota Bogor. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif inferensial dengan menggunakan pendekatan explanatory research dan simple random sampling pada 100 responden. Pengumpulan data melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS versi 25. Sebelum analisis regresi dilakukan, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dan hasil penelitian menunjukkan semua item valid dan reliabel. Kemudian, variabel Literasi Keuangan Syariah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Generasi Z secara empiris dengan $B=0,221$ dan $\text{Signifikansi}=0,023$, lalu pengaruh Digital Banking Experience terhadap Keputusan Generasi Z secara empiris dengan nilai $B=0,305$ dan $\text{Sig}=0,001$, dan Pengaruh nilai maqashid syariah terhadap Keputusan Generasi Z dengan nilai $B=0,212$ dan $\text{Sig}=0,034$. Temuan ini membuktikan bahwa semakin baik pemahaman keuangan syariah, kualitas pengalaman perbankan digital, serta konsistensi penerapan nilai keadilan, kemaslahatan, dan transparansi oleh bank syariah, maka akan semakin kuat pula Keputusan Generasi Z untuk menentukan pilihan dalam memilih bank syariah.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Digital Banking Experience, Maqashid Syariah, Keputusan Pemilihan, Generasi Z, Kota Bogor.

ABSTRACT

This research is motivated by the gap between the increasing level of Islamic financial literacy and the low decision to select Islamic banks, especially in Generation Z in the city of Bogor. This study aims to determine the influence of Islamic financial literacy, digital banking experience, and the value of sharia maqashid on the decision to choose an Islamic bank in Bogor City. The research method used an inferential quantitative approach using an explanatory research approach and simple random sampling on 100 respondents. Data were collected through a Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. Before the regression analysis was carried out, the research instruments were tested first using validity tests and reliability tests and the results of the study showed that all items were valid and reliable. Then, the variable of Sharia Financial Literacy was proven to have a positive and significant influence on Generation Z's decisions empirically with $B=0.221$ and $\text{Significance}=0.023$, then the influence of Digital Banking Experience on Generation Z's decisions empirically with values of $B=0.305$ and $\text{Sig}=0.001$, and the influence of sharia maqashid values on Generation Z's decisions with values of $B=0.212$ and $\text{Sig}=0.034$. These findings prove that the better the understanding of Islamic finance, The quality of the digital banking experience, as well as the consistency of the implementation of the values of fairness, benefit, and transparency by Islamic banks, will also be stronger for Generation Z's decision to make choices in choosing Islamic banks.

Keywords: Sharia Financial Literacy, Digital Banking Experience, Sharia Maqashid, Election Decisions, Generation Z, Bogor City.

PENDAHULUAN

Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik bahwa total kependudukan negara Indonesia pada tahun 2025 sebesar 287,6 juta jiwa (STATISTIK, 2025), dimana sebanyak 249,82 juta jiwa yang beragama islam (Databoks 2025, n.d.). Angka tersebut setara dengan sekitar 86,8% dari total populasi nasional, sehingga menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi dan keuangan syariah sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Dalam beberapa tahun terakhir, Indonesia menunjukkan dinamika menarik dalam perkembangan literasi dan inklusi keuangan syariah. Data resmi menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan syariah meningkat dari sekitar 39,11% pada 2024 menjadi 43,42% pada 2025, tetapi indeks inklusi keuangan syariah masih rendah di sekitar 12,88%–13,41%, yang menunjukkan bahwa meskipun semakin banyak masyarakat yang memahami konsep keuangan syariah, masih sedikit yang benar-benar menggunakan produk bank syariah secara aktif (OJK, 2024).

Selain itu, transformasi digital dalam perbankan syariah menjadi fenomena krusial yang memengaruhi perilaku nasabah, berbagai studi jurnal menyatakan bahwa layanan perbankan digital yang mudah diakses dan fungsional dapat mendorong inklusi keuangan syariah karena memberikan kemudahan transaksi, akses rekening, dan layanan tanpa harus ke cabang fisik, terutama bagi generasi muda dan pengguna teknologi intensif (Nasir Tajul Aripin et al., 2022). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa pemahaman nasabah terhadap digital banking masih menjadi tantangan utama karena ada gap pemahaman fitur digital syariah yang berdampak pada penggunaannya, dan bank syariah perlu lebih intens menyediakan edukasi digital yang sesuai prinsip syariah (Sari & Fasa, 2024).

Nilai maqashid syariah juga semakin diperhitungkan dalam memilih bank syariah, yaitu pemahaman mahasiswa khususnya mahasiswa Generasi Z Fakultas Agama Islam UIKA Angkatan 2022 terhadap prinsip-prinsip syariah seperti kemaslahatan, keadilan, dan perlindungan harta, yang kini tidak hanya menjadi pertimbangan moral tetapi juga aspek keputusan finansial dalam memilih bank. Walaupun belum banyak survei kuantitatif yang secara eksplisit mengukur nilai maqashid syariah pada keputusan pemilihan bank syariah di komunitas tertentu seperti Bogor, literatur menunjukkan bahwa integrasi prinsip syariah dalam layanan digital dan edukasi keuangan yang kuat berpotensi memperkuat keputusan setiap individu untuk memilih bank syariah daripada bank konvensional, terutama di kalangan konsumen muslim yang sadar teknologi (Bhayangkara G et al., 2025).

Kondisi terkini yang berkaitan dengan keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat pemahaman dan pemanfaatan layanan perbankan syariah. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dipublikasikan Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan Meskipun literasi mengalami peningkatan, tingkat penggunaan bank syariah masih relatif rendah sehingga menggambarkan bahwa pemahaman orang-orang belum sepenuhnya mendorong keputusan nyata dalam memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan utama (OJK, 2025) Seiring dengan itu, perkembangan layanan digital pada perbankan syariah semakin berperan dalam membentuk preferensi nasabah, karena kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan efisiensi layanan melalui mobile banking maupun internet banking menjadi pertimbangan penting, khususnya bagi mahasiswa Generasi Z FAI UIKA Angkatan 2022, sebagaimana dibuktikan dalam penelitian yang dimuat pada Jurnal Syarikat yang menemukan

bahwa pengalaman digital banking berpengaruh terhadap keputusan pemilihan bank syariah (Nasir Tajul et al., 2022). Selain faktor teknologi, pertimbangan nilai maqashid syariah juga semakin diperhatikan oleh nasabah, di mana kesesuaian layanan perbankan dengan prinsip kemaslahatan, keadilan, dan perlindungan harta memberikan kepercayaan dan rasa aman dalam bertransaksi, terutama ketika nilai-nilai tersebut tercermin dalam layanan digital bank syariah, sebagaimana dijelaskan dalam penelitian mengenai e-banking syariah berbasis maqashid syariah yang dipublikasikan oleh (Masruchin et Al., 2023). Kota Bogor yang merupakan wilayah perkotaan dengan tingkat penetrasi teknologi digital terutama pada mahasiswa Generasi Z dan aktivitas ekonomi yang relatif tinggi, keputusan Generasi Z dalam memilih bank syariah masih menghadapi berbagai kendala struktural dan perilaku, meskipun pemahaman dasar mengenai keuangan syariah terus berkembang. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah masyarakat umumnya masih berada pada tataran konseptual, seperti pemahaman tentang larangan riba dan prinsip bagi hasil, namun belum sepenuhnya mendorong perilaku nyata dalam memilih dan menggunakan produk bank syariah. Studi empiris mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah yang tidak diiringi dengan kemudahan akses layanan dan pengalaman pengguna yang baik menyebabkan sebagian orang cenderung kembali pada bank konvensional yang dianggap lebih praktis (Hasan et al., 2025). Selain aspek literasi, pengalaman digital banking menjadi faktor krusial yang memengaruhi keputusan pemilihan bank syariah di Kota Bogor, terutama di tengah meningkatnya kebutuhan Generasi Z akan layanan keuangan yang cepat, mudah, dan berbasis teknologi. Penelitian pada bank syariah menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah masih lebih nyaman melakukan transaksi secara langsung di kantor cabang, dengan proporsi penggunaan mobile banking yang relatif rendah, yakni sekitar 30%, sementara 70% lainnya masih mengandalkan layanan tatap muka (Sudianto & Ayuningsih, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas digital banking experience bank syariah, baik dari sisi kemudahan penggunaan, fitur layanan, maupun edukasi digital, belum sepenuhnya mampu memenuhi ekspektasi Generasi Z yang sudah terbiasa dengan layanan digital yang efisien (Fadhil et al., 2025).

Permasalahan lainnya adalah belum optimalnya pemahaman Generasi Z terhadap nilai maqashid syariah sebagai dasar keunggulan bank syariah, sehingga prinsip-prinsip seperti kemaslahatan, keadilan, dan perlindungan harta belum sepenuhnya menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan finansial. Beberapa penelitian menegaskan bahwa implementasi nilai maqashid syariah dalam layanan perbankan masih bersifat normatif dan belum terintegrasi secara kuat ke dalam produk serta layanan digital bank syariah, sehingga sulit dirasakan secara langsung oleh nasabah (Majid & Konseptual, 2025). Akibatnya, Generasi Z perkotaan seperti di Kota Bogor yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas layanan dan transparansi nilai cenderung membandingkan bank syariah dengan bank konvensional berdasarkan aspek fungsional semata, bukan pada nilai syariah yang diusung (Ichsan et al., 2024).

Literasi keuangan syariah dipahami sebagai kemampuan individu dalam memahami, menilai, dan menggunakan produk serta layanan keuangan yang berlandaskan prinsip syariah secara tepat dalam pengambilan keputusan finansial. Literasi ini tidak hanya mencakup pengetahuan dasar mengenai larangan riba, gharar, dan maysir, tetapi juga pemahaman terhadap akad, mekanisme bagi hasil, manajemen risiko, serta tujuan sosial dari sistem keuangan Islam. Otoritas Jasa

Kuangan menegaskan bahwa literasi keuangan syariah mencakup aspek pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku keuangan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan syariah, hal ini menunjukkan bahwa pemahaman akad dan prinsip syariah merupakan fondasi utama dalam perilaku keuangan Islam, karena keputusan finansial yang diambil tanpa pemahaman akad berpotensi menyimpang dari tujuan syariah. Dalam konteks perilaku konsumen, literasi keuangan syariah berperan sebagai faktor kognitif yang membentuk sikap dan preferensi individu terhadap bank syariah, namun berbagai penelitian menunjukkan bahwa literasi yang bersifat konseptual sering kali belum sepenuhnya terinternalisasi dalam perilaku pemilihan bank syariah secara konsisten (Fikarul mujtahidah, 2025).

Seiring dengan meningkatnya digitalisasi sektor keuangan, pengalaman digital banking menjadi determinan penting dalam keputusan pemilihan bank, termasuk bank syariah. Digital banking experience merujuk pada keseluruhan pengalaman Generasi Z dalam berinteraksi dengan layanan perbankan berbasis teknologi yang mencakup persepsi kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan sistem, keandalan fitur, serta kenyamanan layanan. Teori adopsi teknologi seperti Technology Acceptance Model (TAM) dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) juga menegaskan bahwa persepsi kemudahan dan manfaat teknologi menjadi faktor utama yang mendorong niat serta keputusan penggunaan layanan digital. Dalam konteks perbankan syariah, berbagai studi menunjukkan bahwa kualitas pengalaman digital yang belum optimal, keterbatasan fitur, dan rendahnya edukasi digital syariah dapat menurunkan minat Generasi Z untuk memilih bank syariah, meskipun secara nilai mereka mendukung prinsip keuangan Islam (Ichsan et al., 2024).

Selain aspek literasi dan pengalaman digital, nilai maqashid syariah menjadi landasan normatif yang membedakan bank syariah dari bank konvensional dan berpotensi memengaruhi keputusan pemilihan bank secara mendalam. Maqashid syariah merupakan tujuan utama syariat Islam yang berorientasi pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta, serta pencapaian kemaslahatan dan keadilan sosial. Menurut Chapra dalam (Rofiah & Ghozali, 2020) bahwa sistem keuangan Islam tidak hanya bertujuan mencapai efisiensi ekonomi, tetapi juga memastikan keadilan, stabilitas, dan kesejahteraan masyarakat. Namun, penelitian kontemporer menunjukkan bahwa implementasi nilai maqashid syariah dalam layanan perbankan, khususnya layanan digital, masih sering bersifat normatif dan belum sepenuhnya dirasakan oleh nasabah sebagai nilai tambah yang nyata, sehingga pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan bank masih perlu dikaji secara empiris (Majid & Konseptual, 2025).

Keputusan pemilihan bank syariah merupakan bentuk perilaku konsumen dalam memilih jasa keuangan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan, preferensi, dan nilai yang dianut. Dalam penelitian (Rofiah & Ghozali, 2020) faktor-faktor seperti tingkat religiusitas, kepercayaan, sikap, dan persepsi masyarakat berpengaruh besar terhadap minat konsumen. Penghambat seperti kurangnya kesadaran, efektivitas sosialisasi, dan tekanan pengaruh materi juga memengaruhi keputusan konsumen. Keputusan ini tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional seperti kemudahan dan kualitas layanan, tetapi juga pada pertimbangan nilai religius dan etika yang tercermin dalam literasi keuangan syariah dan pemahaman maqashid syariah. Oleh karena itu, keputusan Generasi Z terhadap pemilihan bank syariah dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel dependen

yang dipengaruhi secara simultan oleh literasi keuangan syariah sebagai faktor kognitif, digital banking experience sebagai faktor pengalaman, dan nilai maqashid syariah sebagai faktor normatif yang membentuk preferensi dan keyakinan masyarakat dalam menentukan pilihan lembaga keuangan, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Bogor (Afiyanti et al., 2025).

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan minat masyarakat terhadap penggunaan produk perbankan syariah, namun hasil penelitian tersebut belum sepenuhnya konsisten dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan bank syariah secara nyata. Sejumlah studi menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat dan keputusan nasabah, tetapi sebagian penelitian lain menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap penggunaan jasa bank syariah (Ilyana et al, 2022).

Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian mengenai literasi keuangan syariah yang masih memerlukan pengujian lebih lanjut dengan memasukkan variabel pendukung lainnya.

Selain itu, penelitian mengenai digital banking pada bank syariah umumnya masih berfokus pada aspek adopsi teknologi, kepuasan, atau loyalitas nasabah, dan belum banyak yang secara spesifik mengaitkan pengalaman digital banking (digital banking experience) dengan keputusan pemilihan bank syariah sebagai variabel perilaku utama. Padahal, di tengah meningkatnya kebutuhan Generasi Z perkotaan terhadap layanan keuangan berbasis teknologi, kualitas pengalaman digital seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan sistem, dan kelengkapan fitur menjadi faktor pembanding utama antara bank syariah dan bank konvensional.

Beberapa studi menegaskan bahwa keterbatasan kualitas layanan digital bank syariah masih menjadi penghambat dalam menarik dan mempertahankan nasabah, seperti dalam penelitian (Ilyana et al., 2022) ditemukan bahwa beberapa dimensi kualitas layanan digital (efisiensi, keamanan, reliabilitas) secara signifikan memengaruhi intention to continue (niat retention). Dimensi lain seperti arsitektur aplikasi dan responsivitas tidak berpengaruh signifikan, yang menunjukkan kelemahan layanan digital dapat menjadi penghambat dalam mempertahankan nasabah. Penelitian ini penting karena masih sedikit studi yang langsung mengaitkan pengalaman digital banking dengan keputusan memilih bank syariah. Padahal, di era layanan keuangan serba digital, kualitas pengalaman aplikasi sangat memengaruhi pilihan masyarakat. Keterbatasan layanan digital bank syariah juga diduga menjadi hambatan dalam menarik dan mempertahankan nasabah (Generasi Z).

Lebih lanjut, kajian mengenai maqashid syariah dalam konteks perbankan syariah sebagian besar masih bersifat konseptual dan normatif, dengan fokus pada penjelasan tujuan syariat dan evaluasi kinerja lembaga keuangan syariah secara makro. Penelitian yang mengkaji maqashid syariah sebagai persepsi nilai yang dirasakan langsung oleh nasabah dan pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan bank masih sangat terbatas, khususnya pada level individu. Beberapa literatur menunjukkan bahwa nilai maqashid syariah belum sepenuhnya terinternalisasi dalam layanan perbankan syariah, terutama pada layanan digital, sehingga belum dirasakan sebagai pembeda utama oleh masyarakat dalam menentukan pilihan lembaga keuangan (Anggraeni & Meilinda, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian- penelitian sebelumnya dan belum banyaknya studi yang menguji secara simultan pengaruh literasi keuangan syariah, digital banking

experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan pemilihan bank syariah, khususnya dalam konteks mahasiswa Generasi Z FAI UIKA Angkatan 2022 di kota Bogor. Padahal, karakteristik Generasi Z Fakultas Agama Islam lebih cenderung memiliki tingkat literasi keuangan syariah relatif lebih baik, intensitas penggunaan teknologi tinggi, serta ekspektasi layanan yang kompleks menjadikan konteks ini penting untuk dikaji secara empiris. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan penelitian dengan menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemilihan bank syariah di era digital.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris yang komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pemilihan bank syariah, karena meskipun literasi keuangan syariah semakin meningkat, realisasi

penggunaan dan pilihan terhadap bank syariah masih menunjukkan ketidaksesuaian antara pemahaman dengan pemilihan bank syariahnya. Sejumlah penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan syariah saja belum cukup mendorong perilaku penggunaan produk syariah secara konsisten, sehingga penting untuk menelaah hubungan literasi tersebut dengan keputusan pemilihan bank syariah dalam konteks sosial dan teknologi yang berkembang (Mujtahidah, 2025). Selain itu, seiring dengan percepatan transformasi digital di sektor keuangan, pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital banking menjadi faktor yang semakin menentukan pilihan layanan perbankan, namun penelitian empiris yang menguji secara langsung hubungan digital banking experience dengan keputusan pemilihan bank syariah masih terbatas sehingga perlu dikaji lagi (Ichsan et al., 2024).

Selanjutnya, integrasi nilai maqashid syariah ke dalam praktik layanan bank syariah belum sepenuhnya dirasakan sebagai pembeda kuat oleh masyarakat dalam pengambilan keputusan finansial, karena literatur menunjukkan bahwa implementasi maqashid sering bersifat normatif dan belum terukur dalam pengalaman nasabah, sehingga perlu dibuatkan penelitian yang mampu menghubungkan nilai maqashid syariah dengan keputusan pemilihan bank syariah secara empiris (Anggraeni & Meilinda, 2024). Dengan demikian, penelitian ini dibutuhkan untuk menguji kontribusi simultan dari literasi keuangan syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan pemilihan bank syariah di Kota Bogor, sehingga hasilnya dapat menjadi dasar rekomendasi kebijakan dan strategi perbankan syariah yang lebih efektif dalam meningkatkan keputusan Generasi Z untuk memilih bank syariah di Kota Bogor.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam pengaruh literasi keuangan syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan Generasi Z dalam pemilihan bank syariah di Kota Bogor, mengingat berbagai temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman masyarakat terhadap konsep keuangan syariah belum sepenuhnya diikuti oleh keputusan nyata dalam memilih dan menggunakan bank syariah. Sejumlah studi mengungkapkan bahwa literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk sikap dan preferensi Generasi Z, namun pengaruhnya terhadap keputusan pemilihan bank sering kali melemah ketika Generasi Z dihadapkan pada keterbatasan layanan, persepsi kemudahan, serta daya saing bank syariah dibandingkan bank konvensional (Fikarul mujtahidah, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian karena belum banyak studi yang menguji secara simultan pengaruh literasi keuangan

syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan pemilihan bank syariah, khususnya pada mahasiswa Generasi Z FAI UIKA Angkatan 2022 di Kota Bogor. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kekosongan penelitian tersebut dengan mengkaji ketiga variabel tersebut secara terintegrasi dalam konteks perilaku konsumen perbankan syariah di era digital. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran pengalaman penggunaan layanan digital banking sebagai faktor perilaku yang semakin dominan dalam proses pengambilan keputusan Generasi Z, mengingat transformasi digital telah mengubah cara Generasi Z berinteraksi dengan layanan perbankan, khususnya di Kota Bogor, dan beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pengalaman digital seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan sistem, dan kelengkapan fitur masih menjadi tantangan utama bagi bank syariah dalam menarik minat Generasi Z (Nasir Tajul Aripin et al., 2022).

Penelitian ini juga diarahkan untuk mengukur sejauh mana nilai maqashid syariah dipersepsikan dan diinternalisasi oleh mahasiswa Generasi Z sebagai landasan etis dan rasional dalam keputusan pemilihan bank syariah, mengingat kajian maqashid syariah selama ini masih banyak bersifat normatif dan kelembagaan, serta belum banyak diuji secara empiris pada level individu sebagai variabel yang memengaruhi keputusan finansial Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perilaku konsumen perbankan syariah, sekaligus kontribusi praktis bagi perbankan syariah dalam merumuskan strategi edukasi, penguatan layanan digital, dan implementasi nilai maqashid syariah yang lebih relevan dengan kebutuhan Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif inferensial dengan menggunakan pendekatan explanatory research yaitu pemberian penjelasan terkait arah kolerasi antar variabel literasi keuangan syariah, Digital Banking Experience, Nilai Maqashid Syariah, pada keputusan pemilihan bank syariah di Kota Bogor. Dalam penelitian ini menggunakan alat bantu angka-angka yang bersumber dari penyebaran kuesioner kepada responden, kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk mendapatkan penjelasan yang diinginkan oleh peneliti. Perspektif Sugiyono, (2019) mengatakan bahwa explanatory research didefinisikan sebagai suatu penelitian yang berusaha mengungkapkan posisi variabel yang dianalisis dan keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini dikategorikan sebagai inferensial karena hasil analisis data dimanfaatkan untuk menarik kesimpulan umum dari sampel terhadap populasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan pemilihan bank syariah di kota bogor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan pemilihan bank syariah di kota bogor. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Data yang terkumpul kemudian

diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25 dengan metode analisis regresi linear berganda.

1. Karakteristik Responden

Data penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada 100 Mahasiswa Generasi Z Fakultas Agama Islam Angkatan 2022 yang dilakukan secara langsung kepada responden yang berfokus pada usia dan jenis kelamin.

Tabel 1 Pengujian Karakteristik Usia

USIA	FREKUENSI	PRESENTASE
17 – 21 Tahun	18	18%
22 – 26 Tahun	79	79%
27 – 29 Tahun	3	3%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 22–26 tahun sebanyak 79 orang atau 79%, responden usia 17–21 tahun sebanyak 18 orang atau 18%, sedangkan responden berusia 27–29 tahun sebanyak 3 orang atau 3%.

Tabel 2 Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	FREKUENSI	PRESENTASE
Perempuan	46	46%
Laki laki	54	54%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Tabel 2 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dari 100 responden, sebanyak 46 orang atau 46% berjenis kelamin perempuan dan 54 orang atau 54% berjenis kelamin laki-laki. Hasil tabel ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih dominan dalam penelitian ini.

a. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan hasil pengolahan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian. Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan fakta secara sistematis, cermat, dan aktual berdasarkan jawaban responden terhadap variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan syariah (X1), digital banking experience (X2), nilai maqashid syariah (X3), dan keputusan pemilihan bank syariah (Y). Adapun penjelasan dari masing-masing variabel tersebut disajikan sebagai berikut.

Tabel 3 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
X1.1	3,84	Setuju
X1.2	4,04	Setuju
X1.3	4,15	Setuju
X1.4	4,25	Sangat Setuju
X1.5	4,23	Sangat Setuju
X1.6	4,28	Sangat Setuju
Rata rata Variabel X1	4,13	Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, hasil analisis deskriptif pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) menunjukkan bahwa seluruh indikator, yaitu X1.1 hingga X1.6, memperoleh nilai rata-rata antara 3,84 sampai 4,28. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator X1.6 sebesar 4,28, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator X1.1 sebesar 3,84. Sementara itu, nilai rata-rata keseluruhan variabel X1 adalah sebesar 4,13. Nilai tersebut berada pada interval 3,41-4,20 yang termasuk dalam kategori Setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang positif terhadap variabel Literasi Keuangan Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) dinilai baik oleh responden dan berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan bank syariah pada mahasiswa Generasi Z, karena pemahaman yang baik tentang keuangan syariah membuat mahasiswa Generasi Z lebih sadar dan yakin memilih bank syariah.

Tabel 4. Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Digital Banking Experience (X2)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
X2.1	3,84	Setuju
X2.2	4,13	Setuju
X2.3	4,11	Setuju
X2.4	4,20	Setuju
X2.5	4,17	Setuju
X2.6	4,36	Sangat Setuju
Rata rata Variabel X2	4,14	Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4., hasil analisis deskriptif pada variabel digital banking experience (X2) menunjukkan bahwa seluruh indikator, yaitu X2.1 hingga X2.6, memperoleh nilai rata-rata antara 3,84 sampai 4,36. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator X2.6 sebesar 4,36, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator X2.1 sebesar 3,84. Sementara itu, nilai rata-rata keseluruhan variabel X2 adalah sebesar 4,14. Nilai tersebut berada pada interval 3,41-4,20 yang termasuk dalam kategori Setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang positif terhadap variabel X2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel digital banking experience (X2) dinilai baik oleh responden dan berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan bank syariah pada mahasiswa Generasi Z, karena kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan fitur mobile banking yang ditawarkan bank syariah memudahkan mahasiswa Generasi Z dalam bertransaksi tanpa terbatas waktu dan tempat.

Tabel 5 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Nilai Maqashid Syariah (X3)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
X3.1	4,11	Setuju
X3.2	4,16	Setuju
X3.3	4,15	Setuju
X3.4	4,33	Sangat Setuju
X3.5	4,36	Sangat Setuju

X3.6	4,47	Sangat Setuju
Rata rata Variabel X3	4,26	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5, hasil analisis deskriptif pada variable nilai maqashid syariah (X3) menunjukkan bahwa seluruh indikator, yaitu X3.1 hingga X3.6, memperoleh nilai rata-rata antara 4,11 sampai 4,47. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator X3.6 sebesar 4,47, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator X3.1 sebesar 4,11. Sementara itu, nilai rata-rata keseluruhan variabel X3 adalah sebesar 4,26. Nilai tersebut berada pada interval 4,21–5,00 yang termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap variabel X3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel nilai maqashid syariah (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pemilihan bank syariah pada mahasiswa Generasi Z. Hal ini terjadi karena mahasiswa Generasi Z yang memahami dan menerapkan nilai-nilai syariah seperti keadilan, kemaslahatan, dan menghindari riba akan cenderung memilih bank syariah sebagai lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip Islam.

Tabel 6 Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pemilihan Bank Syariah (Y)

Item Pernyataan	Mean	Kategori
Y1.1	4,15	Setuju
Y1.2	4,30	Sangat Setuju
Y1.3	4,29	Sangat Setuju
Y1.4	4,34	Sangat Setuju
Y1.5	4,40	Sangat Setuju
Y1.6	4,44	Sangat Setuju
Rata rata Variabel Y	4,32	Sangat Setuju

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 6, hasil analisis deskriptif pada variabel Keputusan Pemilihan Bank Syariah (Y) menunjukkan bahwa seluruh indikator, yaitu Y1 hingga Y6, memperoleh nilai rata-rata antara 4,15 sampai 4,44. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada indikator Y6 sebesar 4,44, sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator Y1 sebesar 4,15. Adapun nilai rata-rata keseluruhan variabel Y sebesar 4,32. Nilai tersebut berada pada rentang 4,21–5,00 yang termasuk dalam kategori Sangat Setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap variabel Y. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Y dinilai sangat baik oleh responden dan mencerminkan bahwa mahasiswa Generasi Z memiliki keputusan yang kuat untuk memilih bank syariah, karena mereka mempertimbangkan prinsip syariah, kemudahan layanan digital, serta kesesuaian dengan nilai-nilai Islam dalam bertransaksi.

Uji Kualitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid atau sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan diuji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan

dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika r hitung > r tabel, maka butir pertanyaan dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai r hitung < r tabel, maka butir pertanyaan dianggap tidak valid (ghozali, 2020).

Hasil uji validitas terhadap variabel literasi keuangan syariah (X1) dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7 Hasil Uji Instrumen Literasi Keuangan Syariah

Pernyataan	R hitung	R tabel (N=31)	Keterangan
X1.1	0,758	0,361	Valid
X1.2	0,663	0,361	Valid
X1.3	0,793	0,361	Valid
X1.4	0,854	0,361	Valid
X1.5	0,797	0,361	Valid
X1.6	0,865	0,361	Valid

Sumber data : Data diolah SPSS 25,2026

Berdasarkan Tabel 7 hasil uji validitas variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) menunjukkan bahwa semua pernyataan dari (X1.1 - X1.6) memiliki nilai r hitung antara 0,663 hingga 0,865. Nilai tersebut secara keseluruhan lebih besar dari hasil r tabel sebesar 0,361 (N=31). Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam variabel Literasi Keuangan Syariah dinyatakan valid.

Hasil uji validitas terhadap variabel Digital Banking Experience (X2) dapat dilihat pada Tabel 8 berikut.

Tabel 8 Hasil Uji Instrumen Digital Banking Experience

Pernyataan	R hitung	R tabel (N=31)	Keterangan
X2.1	0,833	0,361	Valid
X2.2	0,838	0,361	Valid
X2.3	0,873	0,361	Valid
X2.4	0,850	0,361	Valid
X2.5	0,768	0,361	Valid
X2.6	0,685	0,361	Valid

Sumber data : Data diolah SPSS 25,2026

Berdasarkan Tabel 8 hasil uji validitas variabel Digital Banking Experience (X2) menunjukkan bahwa semua pernyataan dari (X2.1 - X2.6) memiliki nilai r hitung antara 0,685 hingga 0,873. Nilai tersebut secara keseluruhan lebih besar dari hasil r tabel sebesar 0,361 (N=31). Maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel Digital Banking Experience dinyatakan valid.

Hasil uji validitas terhadap variabel nilai maqashid syariah (X3) dapat dilihat pada Tabel 9 berikut.

Tabel 9 Hasil Uji Instrumen Nilai Maqashid Syariah

Pernyataan	R hitung	R tabel (N=31)	Keterangan
X3.1	0,783	0,361	Valid
X3.2	0,768	0,361	Valid
X3.3	0,798	0,361	Valid
X3.4	0,855	0,361	Valid

X3.5	0,880	0,361	Valid
X3.6	0,862	0,361	Valid

Sumber data : Data diolah SPSS 25,2026

Berdasarkan Tabel 9 hasil uji validitas variabel Nilai Maqashid Syariah (X3) menunjukkan bahwa semua pernyataan dari (X3.1 - X3.6) memiliki nilai r hitung antara 0,768 hingga 0,880. Nilai tersebut secara keseluruhan lebih besar dari hasil r tabel sebesar 0,361 ($N=31$). Maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam variabel Nilai Maqashid Syariah dinyatakan valid.

Hasil uji validitas terhadap variabel keputusan pemilihan bank syariah (Y) dapat dilihat pada Tabel 10 berikut.

Tabel 10 Hasil Uji Instrumen Keputusan Pemilihan Bank Syariah

Pernyataan	R hitung	R tabel (N=31)	Keterangan
Y1	0,874	0,361	Valid
Y2	0,887	0,361	Valid
Y3	0,910	0,361	Valid

Sumber data : Data diolah SPSS 25,2026

Tabel 10 menunjukkan hasil uji validitas untuk variabel Keputusan Pemilihan Bank Syariah (Y) dengan melibatkan 31 responden ($N=31$). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung pada setiap butir pernyataan dengan nilai r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil analisis, keenam pernyataan dari Y1 sampai Y6 memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel. Nilai korelasi paling rendah terdapat pada butir Y1 sebesar 0,874, sedangkan nilai korelasi paling tinggi ditemukan pada butir Y6 sebesar 0,948. Karena seluruh butir pernyataan memiliki nilai r hitung $> 0,361$, maka seluruh instrumen untuk variabel Keputusan Pemilihan Bank Syariah (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah teknik untuk mengukur tingkat konsistensi, stabilitas, atau ketepatan instrumen penelitian (kuesioner) saat digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Instrumen disebut reliabel jika jawaban responden konsisten dari waktu ke waktu. Dalam Uji Reliabilitas, variabel dinyatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Sedangkan variabel dinyatakan tidak reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ (Sugiyono, 2019). Berikut tabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
1	Literasi Keungan Syariah	0,878	6	Sangat Reliabel
2	Digital Banking Experience	0,892	6	Sangat Reliabel
3	Nilai Maqashid Syariah	0,903	6	Sangat Reliabel
4	Keputusan Pemilihan Bank	0,962	6	Sangat Reliabel

Syariah

Reliabel

Sumber data : Data diolah SPSS 25,2026

Merujuk pada kriteria (Sugiyono, 2019), suatu instrumen dinyatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Mengingat seluruh variabel dalam Tabel 11 memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu 0,878 untuk Literasi Keuangan Syariah, 0,892 untuk Digital Banking Experience, 0,903 untuk Nilai Maqashid Syariah, dan 0,962 untuk Keputusan Pemilihan Bank Syariah, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini bersifat Reliabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang baik dan dapat diandalkan sebagai alat ukur dalam penelitian ini untuk analisis data selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian mengalami penyimpangan terhadap asumsi klasik atau tidak. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Adapun hasil dari ketiga pengujian tersebut adalah sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, pengujian normalitas residual menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Pengolahan data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS, dengan dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal. Adapun hasil pengolahan data disajikan pada tabel berikut.

Tabel 12 Hasil Uji Normalitas

Uji	Statistic	Df	Sig.	Keterangan
Kolmogorov	0.885	100	0.074	Normal
Smirnov				

Sumber: Output IBM SPSS 25, 2026

Hasil uji normalitas residual dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,074. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka residual pada model regresi dinyatakan berdistribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas ini, model regresi dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Perlu ditegaskan bahwa asumsi klasik yang diuji adalah normalitas residual, bukan normalitas variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan Y . Data kuesioner berskala Likert memang sering tidak berdistribusi normal karena jawaban responden cenderung terkumpul pada nilai tinggi. Namun, hal ini tidak bermasalah selama nilai residual dari model regresi memenuhi syarat normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan antar variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila nilai Tolerance $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 13 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized		Standardized		T	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Tolerance	Statistics VIF
	B	Std. Error	Beta					
1(Const	6,324	1,289			4,907	0,000		
ant)								
X1	0,012	0,051	0,027	0,236	0,814	0,690		1,450
X2	-0,061	0,047	-0,147	-1,294	0,199	0,721		1,388
X3	-0,105	0,053	-0,250	-1,982	0,050	0,581		1,722

Sumber: Output IBM SPSS 25, 2026

Hasil uji multikolinearitas pada variabel literasi keuangan syariah (X1), digital banking experience (X2), dan nilai maqashid syariah (X3) yang disajikan pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa seluruh nilai Tolerance berada di atas 0,10, sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) berada di bawah 10. Berdasarkan kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen, sehingga asumsi multikolinearitas dalam model regresi telah terpenuhi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas, namun pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Glejser.

Tabel 14 Hasil Uji Glejser

Variabel	B	t	Sig.	Keterangan
Constant	6,324	4,907	0,000	
X1	0,012	0,236	0,814	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X2	-0,061	-1,294	0,199	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X3	-0,105	-1,982	0,050	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Output IBM SPSS 25, 2026

Hasil Uji Glejser pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel literasi keuangan syariah (X1) sebesar 0,814, digital banking experience (X2) sebesar 0,199, dan nilai maqashid syariah (X3) sebesar 0,050. Nilai signifikansi X1 dan X2 berada di atas tingkat signifikansi 0,05. Sementara itu, nilai signifikansi X3 sebesar 0,050 sama dengan tingkat signifikansi 0,05 atau berada pada batas kritis. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05, maka disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas dan tidak adanya multikolinearitas pada model, maka estimator Ordinary Least Squares (OLS) memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Dengan demikian, model regresi yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan layak untuk digunakan dalam pengujian hipotesis selanjutnya.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengambil keputusan berdasarkan hasil analisis data dari eksperimen yang terkontrol maupun data observasi. Dalam statistika, suatu hasil dinyatakan signifikan apabila kecil kemungkinan bahwa hasil tersebut terjadi karena faktor kebetulan, berdasarkan tingkat probabilitas yang telah ditentukan sebelumnya.

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai R^2 ini berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai determinasi mendekati angka 0, berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas atau lemah. Sebaliknya, jika nilai tersebut mendekati angka 1, maka model memiliki kemampuan yang kuat dan akurat dalam menjelaskan variabel terikat. Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 15 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.625	0,391	0,372	3,010

Sumber: Output IBM SPSS 25, 2026

Hasil uji Tabel 15 Model Summary menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,625 yang mengindikasikan hubungan kuat antara variabel independen secara simultan dengan variabel dependen. Nilai R Square sebesar 0,391 berarti variabel independen mampu menjelaskan 39,1% variasi variabel dependen, sedangkan 60,9% lainnya dijelaskan oleh variabel di luar model. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,372 menunjukkan kontribusi variabel setelah disesuaikan dengan derajat kebebasan, dan nilai Std. Error of the Estimate sebesar 3,010 mencerminkan tingkat kesalahan standar dalam prediksi model.

2. Uji Simultan (f)

Uji simultan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut.

Tabel 16 Hasil Uji F (ANOVA)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	557,520	3	185,840	20,510	.000
Residual	869,840	96	9,061			
Total	1427,360	99				

Sumber: Output IBM SPSS 25, 2026

Berdasarkan Tabel 4.16 Hasil Uji F (ANOVA), dapat disimpulkan bahwa model regresi ini lolos uji F karena nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh sebesar 0,000, yang berarti jauh lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$). Keberhasilan uji ini didukung oleh nilai F hitung yang cukup besar, yaitu mencapai 20,510. Model ini diuji dengan derajat kebebasan (degree of freedom)

pada regresi sebesar 3 yang menunjukkan jumlah variabel independen, dan derajat kebebasan residual sebesar 96, sehingga total sampel keseluruhan sebanyak 100 data. Dari pembagian jumlah kuadrat (Sum of Squares) terhadap masing-masing derajat kebebasan tersebut, diperoleh rata-rata kuadrat (Mean Square) regresi sebesar 185,840 dan residual sebesar 9,061. Karena nilai signifikansi memenuhi syarat, maka hipotesis utama diterima, yang berarti seluruh variabel independen dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3. Uji Parsial (t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Hasil pengujiannya adalah sebagai berikut.

Tabel .17 Hasil Uji Parsial

	B	Std.Error	Beta		Sig.	VIF
1(Constant)	7,454	2,395		3,113	0,002	
X1	0,221	0,095	0,222	2,312	0,023	1,450
X2	0,305	0,088	0,327	3,480	0,001	1,388
X3	0,212	0,098	0,225	2,152	0,034	1,722

Sumber: Output IBM SPSS 25, 2026

Berdasarkan Tabel 4.17, variabel literasi keuangan syariah (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,312 dengan signifikansi 0,023. Karena nilai signifikansi $0,023 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 2,312 > t \text{ tabel } 1,98$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa X1 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Bank Syariah. Koefisien regresi sebesar 0,221 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan X1 akan meningkatkan Keputusan Pemilihan Bank Syariah sebesar 0,221 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai Beta 0,222 mengindikasikan kontribusi X1 terhadap Y tergolong sedang.

Untuk hasil uji t secara parsial, variabel digital banking experience (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,480 dengan signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 3,480 > t \text{ tabel } 1,98$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa X2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Bank Syariah. Koefisien regresi sebesar 0,305 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan X2 akan meningkatkan Keputusan Pemilihan Bank Syariah sebesar 0,305 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai Beta 0,327 mengindikasikan kontribusi X2 terhadap Y tergolong kuat dan merupakan variabel paling dominan.

Selanjutnya hasil uji t secara parsial, variabel nilai maqashid syariah (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,152 dengan signifikansi 0,034. Karena nilai signifikansi $0,034 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } 2,152 > t \text{ tabel } 1,98$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini membuktikan bahwa X3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pemilihan Bank Syariah. Koefisien regresi sebesar 0,212 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan X3 akan meningkatkan Keputusan Pemilihan Bank Syariah sebesar 0,212 satuan dengan asumsi variabel lain konstan. Nilai Beta 0,225 mengindikasikan kontribusi X3 terhadap Y tergolong sedang.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh literasi keuangan syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah terhadap keputusan pemilihan bank syariah di kota bogor. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 25, diperoleh hasil bahwa variabel literasi keuangan

syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan bank syariah, baik secara parsial maupun simultan.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan

Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan bank syariah dengan nilai $B=0,221$ dan $Sig=0,023$. Artinya, semakin tinggi pemahaman nasabah terkait prinsip dan produk keuangan syariah, semakin kuat keputusan mereka memilih bank syariah. Temuan ini mendukung hasil Setiawan (2023) yang membuktikan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Hasil ini juga sejalan dengan Isnaeni et al. (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan syariah tetap signifikan memengaruhi keputusan penggunaan produk bank syariah meskipun diuji bersamaan dengan variabel teknologi e-banking. Tingginya nilai rata-rata X_1 sebesar 4,20 pada statistik deskriptif mengindikasikan bahwa responden dalam penelitian ini, yang 79% merupakan generasi Z usia 22-26 tahun, memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang baik, sehingga memperkuat kecenderungan mereka dalam memilih layanan perbankan syariah, sebagaimana dikemukakan oleh Sadih & Puspa (2024).

2. Pengaruh Digital Banking Experience terhadap Keputusan

Variabel Digital Banking Experience memiliki pengaruh paling kuat dengan nilai $B=0,300$ dan $Sig=0,001$. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan, keamanan, dan efisiensi transaksi digital menjadi pendorong utama bagi responden dalam memutuskan menggunakan bank syariah. Temuan ini memperkuat hasil Rahma & Sofyani (2024) yang menyatakan bahwa kualitas layanan digital berpengaruh signifikan terhadap niat lanjutan nasabah menggunakan bank syariah. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan Fikri (2023) yang membuktikan electronic banking berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan generasi Z menggunakan jasa perbankan syariah. Mengingat 79% responden adalah usia 22-26 tahun, dominannya pengaruh digital banking sangat logis karena generasi Z merupakan digital native yang mengutamakan kemudahan akses, sesuai temuan Febrian et al. (2023).

3. Pengaruh Nilai Maqashid Syariah terhadap Keputusan

Persepsi maqashid syariah terbukti berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai $B=0,212$ dan $Sig=0,034$. Artinya, semakin positif persepsi nasabah terhadap konsistensi penerapan nilai keadilan, kemaslahatan, dan transparansi oleh bank syariah, semakin kuat keputusan mereka untuk menggunakan jasanya. Hasil ini mendukung temuan Qutaiba & Mohd Owais (2024) bahwa persepsi terhadap nilai maqashid mendorong preferensi masyarakat dalam memilih bank syariah. Temuan ini juga selaras dengan Sa'diyah et al. (2021) yang membuktikan bahwa penerapan indeks maqashid syariah meningkatkan kepercayaan masyarakat dan memperkuat keputusan penggunaan layanan keuangan syariah. Nilai rata-rata X_3 yang paling tinggi yaitu 4,33 menunjukkan bahwa responden sangat memperhatikan kesesuaian operasional bank dengan nilai-nilai syariah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, digital banking experience, dan nilai maqashid syariah mampu menjelaskan 39,1% variasi keputusan penggunaan bank syariah. Hal ini menguatkan sintesis dari penelitian terdahulu bahwa keputusan nasabah tidak hanya didorong oleh faktor pemahaman produk (Azri et al., 2026), tetapi juga oleh faktor teknologi (Fikri, 2023) dan faktor nilai syariah yang tercermin dalam kinerja bank (Nafisah & Zaelina, 2025).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Literasi Keuangan Syariah, Digital Banking Experience, dan Nilai Maqashid Syariah terhadap Keputusan Pemilihan Bank Syariah pada Mahasiswa generasi Z di Fakultas Agama Islam angkatan 2022, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan Generasi Z dalam pemilihan bank syariah di Kota Bogor. Semakin baik pemahaman Generasi Z mengenai konsep, prinsip, dan produk keuangan syariah, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk memilih dan menggunakan bank syariah. Literasi keuangan syariah menjadi salah satu faktor yang mendorong terbentuknya keputusan penggunaan bank syariah.
2. Digital banking experience berpengaruh terhadap keputusan Generasi Z dalam pemilihan bank syariah di Kota Bogor. Pengalaman yang positif dalam menggunakan layanan perbankan digital syariah mampu meningkatkan minat dan keputusan Generasi Z untuk memilih bank syariah. Kemudahan akses, kenyamanan penggunaan, serta kualitas layanan digital menjadi pertimbangan penting dalam proses pengambilan keputusan.
3. Nilai maqashid syariah berpengaruh terhadap keputusan Generasi Z dalam pemilihan bank syariah di Kota Bogor. Semakin tinggi pemahaman dan penerapan nilai-nilai maqashid syariah, semakin besar kecenderungan Generasi Z untuk memilih bank syariah. Nilai-nilai yang mencerminkan kemaslahatan dan tujuan syariah menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan pilihan terhadap lembaga keuangan syariah.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah, disarankan untuk terus meningkatkan upaya edukasi dan sosialisasi mengenai produk, layanan, serta prinsip-prinsip keuangan syariah agar pemahaman masyarakat, khususnya Generasi Z, semakin baik. Selain itu, bank syariah perlu mengoptimalkan kualitas layanan digital melalui peningkatan kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, dan inovasi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Bank syariah juga perlu memperhatikan faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan nasabah, seperti kualitas pelayanan, kepercayaan, dan citra perusahaan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti Religiusitas, Kualitas Pelayanan, atau Kepercayaan yang berpotensi memengaruhi keputusan penggunaan bank syariah, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian juga dapat diperluas pada objek dan wilayah yang berbeda agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penggunaan pendekatan kualitatif atau metode campuran dapat menjadi alternatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan Generasi Z dalam pemilihan bank syariah.
3. Bagi Mahasiswa Generasi Z Fakultas Agama Islam UIKA, diharapkan dapat terus meningkatkan pemahaman mengenai keuangan syariah serta memanfaatkan layanan perbankan digital secara bijak dan optimal. Sebagai mahasiswa yang memiliki pemahaman keislaman, diharapkan mampu menjadi agen literasi keuangan syariah di lingkungan sekitar serta menjadikan nilai-nilai maqashid

syariah sebagai landasan dalam memilih dan menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Adesty, R. (2025). Maqashid Syariah dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 3(6), 274–284.
- Afiyanti Tripuspitorini, F., Setiawan, Imam Fadhilah, F., & Muhammad Tribuana, F. (2025). Empowering Islamic Bank Customers in the Digital Age: The Impact of Financial Literacy on Satisfaction and Marketing Perception. *Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 252–263. <https://doi.org/10.15575/jieb.v4i2.45534>
- Anggraeni, N. D., & Meilinda, F. P. (2024). MAQASID : Jurnal Studi Hukum Islam. *Jurnal Studi Hukum Islam*, 13(2), 65–69.
file:///C:/Users/Microsoft/AppData/Local/Packages/5319275A.WhatsAppDesktop_cv1g1gvanyjgm/LocalState/sessions/777D878F3F3C138EB68C28739F6CEF4BFD2731D3/transfers/2026-05/25.+PERAN+FINTECH+SYARIAH+DALAM+INKLUSI+KEUANGA N+DIGITAL+ANALISIS+MAQASHIS-AL-SHARIAH.p
- Apau, R., & Singh, H. (2021). Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications. 1–36.
- Aqhzira Aulia Muhtar, Lismawati, N. (2025). Adz Dzahab SHARIA FINANCIAL LITERACY OF GENERATION Z TOWARD Adz Dzahab. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 10(1), 1–10.
- Aulia, I., Handayani, R., & Hidayat, M. (2024). (2024). 2 3 123. *Artikel Ilmiah Nurul*, 5(2), 25–33.
- Azri, A. D., Nurhaliza, S., & Salsabila, V. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Journal of Sharia Economics*, 6(2), 120–131. <https://doi.org/10.35896/jse.v6i2.942>
- Bhayangkara G, A. N., Tauhid, D. M., Adawiyah, R., & Arsyad, K. (2025). Transformasi Digital Perbankan Syariah: Peluang dan Tantangan. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 5(2), 68–77. <https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v5i2.10602>
- Bia, E. N., Nursalim, E., & Anwari, Z. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah pada Bank Muamalat. *Ahsan: Jurnal Ilmiah Keislaman*
<https://jurnal.pustari.com/index.php/ahsan/article/view/36%0Ahttps://jurnal.pustari.com/index.php/ahsan/article/download/36/41>
- Chitrakar, L., Panta, I., Paneru, B., & Poudel, S. (n.d.). User-Centric Design of UI for Mobile Banking Apps : Improving UI and Features for Better Customer Experience. *databoks* 2025. (n.d.). Retrieved February 1, 2026, from <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/68b10f33a197c/update-jumlah-pemeluk-agama-di-indonesia-semester-i-2025>
- Fadhil, M., Hermansyah, T., Muda, I., & Soemitra, A. (2025). Analisis Deskriptif Literasi Digital Terhadap Minat Adopsi Layanan Digital Berbasis AI. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(5), 3445–3460. <https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/view/28852/10039>
- Febrian, H., Asyari, Anggraini, D., Hasanah, N. F., & Sholihin, A. (2023). Analisis Penggunaan Berkelanjutan Digital Banking dengan Fitur Layanan Sebagai Variabel Moderasi pada Nasabah. Available at <https://Jurnal.Stie-Aas.Ac.Id/Index.Php/Jie> *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(02), 2023, 2135–2145 Analisis, 9(02), 2135–2145.
- Fikarul mujtahidah, M. Y. (2025). Keywords : 6(April), 163–171. <https://doi.org/https://doi.org/10.54045/mutawazin.v6i1.3015>
- FIKRI, M. M. (2023). Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Electronic Banking Terhadap Keputusan Generasi Z Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Nasabah Mahasiswa Aktif Yogyakarta). 1, 7823–7830.

- <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/42449/%0A>
- Fitriana, D., & Haryanti, P. (2024). Literasi Keuangan Syariah Dan Perceived Usefulness Terhadap Penggunaan E-Service. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 10(3), 297–308. <https://doi.org/10.35384/jemp.v10i3.587>
- Futaqi, S. (2019). Pengambilan Keputusan (Decision Making) Untuk Total Quality Management In Education (TQME) di Tengah Tantangan Global. *TA'LIM : Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 2(1), 116–135. <https://doi.org/10.52166/talim.v2i1.1438>
- GEORGE R. TERRY, P. . (1972). *Principles Of MANAGEMENT*. Homewood, Illinois, RD Irwin.
- ghozali. (2020). 25 GRAND THEORY. YOGA PRATAMA.
- Gunawan, D., Amal, M. A., Choiri, M., Badrus, A. R., Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Islam, U., Sunan, N., Yogyakarta, K., Islam, U., Sunan, N., & Yogyakarta, K. (2024). The Impact of Maqashid Syariah on the Human Development Index (HDI): The Case of Indonesia. 7(2), 109–127. <https://doi.org/10.23917/jisel.v7i02.6127>
- Harseno, D. F. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 9(4), 22–34. <https://doi.org/10.22146/abis.v9i4.70384>
- Hasan, H. A., Razaq, A. R., & Sa'aid, H. B. (2025). The challenges of literacy, inclusion, and public trust in the digital Islamic banking ecosystem: An urban context study in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 12(1), 199–224. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol12.iss1.art7>
- Hasyim, A. H., Danil, M., & Suharto, B. (2025). Literasi Keuangan Syariah dan Akses Keuangan Syariah pada UMKM : Studi Literatur. 5, 12–23. file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/SKIRPSI VIVIN MAR'ATUN SHOLEKHA.pdf
- Hidayah, N. (n.d.). Literasi KEuangan Syariah.
- Ichsan, M., Fitriyanti, F., & Retno, K. (2024). Media hukum. *Jurnal Media Hukum*, 31(II), 244–261. file:///C:/Users/Microsoft/AppData/Local/Packages/5319275A.WhatsAppDe sktop_cv1g1gvanyjgm/LocalState/sessions/777D878F3F3C138EB68C28739 F6CEF4BFD2731D3/transfers/2026-05/22485-Article Text-88334-1-10-20240926.pdf
- Ilyana, S., Purna, F. P., & Friantoro, D. (2022). Islamic Financial Literacy and Its Effects on Intention to Use Islamic Bank. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 4(2), 97–110. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v4i2.2622>
- Iskandar, I., & Windayani, M. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Brand Equity, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Gen Z dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 101–118. <https://www.scribd.com/document/914857304/7-Pengaruh-Literasi-Kuangan-Syariah-Brand-Equity-Dan-Kepercayaan-Terhadap-Keputusan-Gen-Z-Dalam-Menggunakan-Jasa-Perbankan-Syariah>
- Isnaeni, N., Lubis, P., & Nuratika, V. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, dan Teknologi E-Banking Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Produk-Produk Bank Syariah. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 297–301. <http://jurnal.kolibi.co.id/index.php/neraca>
- Kalsum, U., & Utami, D. (2025). Memperkuat Pemahaman Mahasiswa Terhadap Literasi Keuangan Syariah Melalui Pengenalan Produk dan Akad Perbankan Syariah. *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 48–56. <https://doi.org/10.24036/abdi.v7i1.1005>
- Lijan Poltak. (2014). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する 共分散構造分析Title.
- Majid, A., & Konseptual, A. (2025). Analisis Konsep dan Aplikasi Maqashid Syariah Dalam Pengelolaan Keuangan Syariah. 8, 442–453. file:///C:/Users/Microsoft/AppData/Local/Packages/5319275A.WhatsAppDe

- sktop_cv1g1gvanyjgm/LocalState/sessions/777D878F3F3C138EB68C28739
F6CEF4BFD2731D3/transfers/2026-05/6.+Masnur.pdf
- Maskur, A., Nawatmi, S., & Santoso, I. H. (2025). Online Customer Experience for Digital Banking Customers: Reconfirmation of Information System Success Model. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 18(2), 1237–1256. <https://doi.org/10.35508/jom.v18i2.20605>
- Masruchin et al., (2023). https://ijler.umsida.ac.id/index.php/ijler/article/view/934?utm_source=chatgpt.com
- Muthiah, S. N., Siska, E. Y., & . L. (2024). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Demang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), 461–470. <https://doi.org/10.47233/jeb.v4i4.1868>
- Nadia, N., Muflih, M., & Ruhadi. (2025). Determinants of the Maqashid Syariah Index of Islamic Banks: Implications on Social and Environmental Sustainability. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal* <https://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/index.php/febi/article/view/9286%0Ahttps://ejournal.uinbukittinggi.ac.id/index.php/febi/article/download/9286/2448>
- Nafisah, A. Z., & Zaelina, F. (2025). Maqashid Shariah as a Performance Measure in Islamic Banks: An Empirical Study of Financial Indicators in Indonesia. *Journal of Islamic Banking: Student Insight*, 1(1), 1–15. <https://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/jibsi/article/view/2710>
- Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa, & Mulawarman Hannase. (2022). Layanan Digital Bank Syariah Sebagai Faktor Pendorong Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Syariah. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 29–45. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9362](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9362)
- Niken, N. A. Z., Izzah Sholehah, & Azzah Nabila. (2025). Transparansi Dan Akuntabilitas Dalam Laporan Keuangan Syariah : Tinjauan Sistematis. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 18–33. <https://doi.org/10.70248/joieaf.v2i1.2614>
- OJK. (2024). Hasil Survei Nasional Literasi & Inklusi Keuangan 2024. Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia, 1–6. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx)
- OJK. (2025). <https://keuangan.kontan.co.id/news/gap-lebar-antara-literasi-dan-inklusi-keuangan-syariah-pada-2025-ini-kata-ojk>
- Pebrianti, G. N., & Syarief, M. E. (2025). The Influence of Islamic Financial Literacy, Social Environment, and Public Perception on the Interest in Using Islamic Banking Products. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 5(2), 14–27. <https://doi.org/10.35313/jaief.v5i2.6738>
- Peneliti, D. diolah. (2025). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title.
- Pritjahjono, P., Jahroh, S., & Saptono, I. T. (2023). The Effect of Customer Loyalty in Digital Banking Services: Role Satisfaction Factor, Customer Experience and EWOM. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(1), 129–140. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.1.129>
- PROF. DR. SUGIYONO. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D (M. Dr.Ir.Sutopo.S.Pd (Ed.); 2nd ed.). ALFABETA, cv.
- Qutaiba, M., & Mohd Owais. (2024). Exploring the Importance and Presence of Maqāsid al-Sharī'ah in Islamic Banking Products and Services. *Talaa : Journal of Islamic Finance*, 4(2), 114–130. <https://doi.org/10.54045/talaa.v4i2.767>
- R Torano, S., & Marwa Kharie, S. (2025). Analisis Perilaku Masyarakat Dalam Mengadopsi Layanan Perbankan Syariah: Pendekatan Theory Of Reasoned Action (Tra). *Jurnal Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(2), 199–210. <https://doi.org/10.47435/adz-dzahab.v8i2.2276>

- Rahim, A., Musyahid, A., & Sultan, L. (2025). Integrasi Filsafat Hukum Islam dengan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah dalam Perekonomian Modern. 3(2), 60–75.
- Rahma, N., & Sofyani, H. (2024). The influence of islamic banking digital service quality on intention to continue using islamic banking: a case of Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 25(1), 269–288. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i1.18841>
- Rofiah, K., & Ghozali, M. (2020). Construction of M. Umer Chapra's Economic Thoughts in Realizing Efficiency and Justice. *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law*, 4(1), 37. <https://doi.org/10.21111/al-iktisab.v4i1.4349>
- Roselidyawaty, N., & Rokeman, M. (2024). Likert Measurement Scale in Education and Social Sciences : Explored and Explained. 10(1), 77–88.
- Sa'diyah, M., Gumilar, A. G., & Susilo, E. (2021). Uji Maqashid Syariah Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 373. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1725>
- Sadiyah, M., & Puspa, D. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Digital Marketing Dan Aksesibilitas Terhadap Minat Menabung Generasi Z Pada Bank Syariah. *Quranomic: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 25–43. <https://jurnalannur.ac.id/index.php/quranomic>
- Sarah Zettira Agam Darwis, Nur Ikhlasul Amal, M. A. (2026). Makna Amanah dan Akuntabilitas dalam Praktik Keuangan Bank Syariah. 4(November 2025).
file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/SANTRI+VOL+4+NO+1+FEBRUAR 1+2026+HAL+01-15.pdf
- Sari, N. H., & Fasa, M. I. (2024). Pemahaman Nasabah tentang Digital Banking dan Implikasinya bagi Kinerja Perbankan Syariah Customer Understanding of Digital Banking and Its Implications for Sharia Banking Performance. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5), 7759–7764. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Setiawan, S. (2023). Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah: Peran Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Citra Bank Syariah. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 3(2), 240–251. <https://doi.org/10.35313/jaief.v3i2.4858>
- Sola, E. (2019). Sebuah Telaah Awal. *Jurnal Idaarah*, 2(2), 208–215. <http://gwis.circ.gwu.edu/tip/decision.html>
- STATISTIK, B. P. (2025). BPS Catat Jumlah Penduduk Indonesia Naik, Kini 287,6 Juta Jiwa. <https://www.bps.go.id/id>
- Studi, J., Islam, K., & Mattori, M. (2023). Setyaki. 1, 112–125.
- Sudianto, & Ayuningsih, I. Y. (2025). Digitalisasi Keuangan Syariah di BPRS Bhakti Sumekar KCP Bluto : Tantangan dan Dampaknya Terhadap Inklusi KEUANGAN DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH Sudianto. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* ISSN:, 10(204), 1008–1017.
file:///C:/Users/Microsoft/AppData/Local/Packages/5319275A.WhatsAppDe
sktop_cv1g1gvanyjgm/LocalState/sessions/777D878F3F3C138EB68C28739
F6CEF4BFD2731D3/transfers/2026-05/16_sudianto.pdf
- Sugiyono. (2018). BUKU METODE PENELITIAN KUANTITATIF. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). No Title. file:///C:/Users/Microsoft/Downloads/Sugiyono R&D (2019).pdf
- Sulistiyan, T. (2022). Khozana : Journal of Islamic Economic and Banking Khozana : Journal of Islamic Economic and Banking. 5(1), 13–27.
- Syamsul Hilal, Liya Ermawati, A. F. (2023). ANALISIS PENERAPAN LITERASI KEUANGAN SYARIAH PADA BISNIS TREND FASHION MUSLIM DI INDONESIA. *Detikproperti*, 6(2), 119–121.
- Syariah, M. B. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan. 6(2), 120–131.
- Syarif, D., Wahyu, W. D., Syukawati, S., Mailindr, W., & Sarmigi, E. (2024). Literature Review Riset peran Maqasyid Syariah di Perbankan Syariah Indonesia. *Ekobis Syariah*,

8(1), 10.

<https://doi.org/10.22373/ekobis.v8i1.20568>

Wulandari, N., De Jager, J. W., & Mahry, S. E. (2024). The Driving Factors of Digital Banking Intention and the Role of Customer Experience in Indonesia Banking Industry. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 13(1), 10–18. <https://doi.org/10.14710/jab.v13i1.59623>

Zulfayani, A., Nurmilasari, N., Nurul Afdhal, A. M., Rahayu, A., Achriaty, N., & Nurfadilla, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Dan Layanan Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 201–207. <https://doi.org/10.57093/metansi.v6i2.223>

Zulfikar Hasan, Muhamad Abduh, R. R. (2025). Transparency, Accountability, and Customer Trust in Islamic Banking: A Panel Data Analysis from Selected OIC Countries. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 4(2), 915–935. <https://doi.org/10.14421/jmes.2025.042-04>