

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORITIS**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Minat Nasabah**

Minat Minat merupakan kesukaan atau kesenangan (kecenderungan hati) kepada sesuatu yang dianggap menarik. Minat itu dapat diartikan sesuatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat itu tersebut dengan disertai dengan perasaan senang. Menurut Syuhada (2013) Minat adalah suatu proses jiwa yang bersifat abstrak yang dinyatakan oleh seluruh keadaan aktivitas, ada objek yang dianggap bernilai sehingga diketahui dan diinginkan. Sehingga menimbulkan kecenderungan perasaan terhadap sesuatu, gairah dan keinginan terhadap sesuatu. Bisa dikatakan pula bahwa minat menimbulkan keinginan yang kuat terhadap sesuatu. Minat merupakan kemampuan seseorang untuk mengerjakan sesuatu sehingga terdapat minat atau keinginan untuk mengerjakan sesuatu sehingga seseorang tertarik untuk mengerjakannya. Dalam konteks penggunaan system informasi perilaku (*behaviour*) merupakan penggunaan sesungguhnya (*actual usage*) dari teknologi tersebut seperti *mobile banking* dan apabila *mobile banking* memiliki ketertarikan yang unik maka minat nasabah untuk menggunakannya semakin tinggi. Minat muncul dari motivasi atau kesiapan seseorang,

yang mengarahkan perilaku mereka ke arah tujuan tertentu, dan secara signifikan memengaruhi hubungan mereka dengan objek atau lingkungan yang menarik perhatian mereka. Minat berfungsi sebagai kekuatan motivasi yang mendorong individu untuk mengejar keinginan mereka saat mereka memiliki kebebasan untuk membuat pilihan (Suharyat, 2021).

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah:

1) Faktor Kemudahan

Faktor ini mengacu pada seberapa mudah konsumen dapat mengakses produk atau layanan. Kemudahan ini mencakup aspek seperti lokasi, waktu, dan proses pembelian. Semakin mudah konsumen mendapatkan produk, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian.

2) Faktor Keamanan

Keamanan merupakan faktor penting yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan teknologi layanan mandiri dalam layanan perbankan Islam. Kepercayaan pelanggan terhadap privasi dan keamanan transaksi mereka sangatlah penting. Jika pelanggan menganggap langkah-langkah keamanan tersebut kuat, mereka cenderung akan menggunakan dan merekomendasikan layanan tersebut. Kepercayaan ini kemudian menjadi faktor utama yang menentukan apakah

nasabah akan memilih dan terus menggunakan layanan tersebut (Yussaivi et al., 2020).

### 3) Faktor Manfaat

Faktor manfaat yang ditawarkan oleh teknologi layanan mandiri, seperti kecepatan transaksi, penghematan waktu, dan kemudahan akses, sangat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah. Ketika nasabah merasakan bahwa teknologi tersebut dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik, mereka akan cenderung beralih dan memanfaatkan layanan mandiri. Selain itu, fitur-fitur yang mendukung prinsip syariah, seperti transparansi dan kepatuhan terhadap hukum Islam, juga dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dan mendorong mereka untuk lebih aktif menggunakan teknologi tersebut (Lestari et al., 2025).

## 2. *Self-Service Technology (SST)*

Digitalisasi *SST* Merujuk pada penerapan teknologi yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan secara mandiri tanpa interaksi langsung dengan staf bank. Teknologi ini mencakup aplikasi *mobile banking*, *Internet Banking*, dan mesin ATM. Menurut Raharjo (2021), *SST* meningkatkan kenyamanan dan efisiensi layanan perbankan, sehingga nasabah dapat mengakses layanan kapan saja dan di mana saja. Hal ini sangat relevan bagi Generasi Z yang mengutamakan kecepatan dan kemudahan dalam bertransaksi. Contoh *SST* di perbankan:

### 1) Mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM)

ATM merupakan salah satu contoh *SST* paling awal dan paling luas di dunia perbankan. ATM memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi seperti penarikan tunai, penyetoran, dan pengecekan saldo tanpa perlu teller bank.

### 2) *Internet Banking*

*Internet Banking* memungkinkan nasabah mengelola rekening bank mereka secara *online*. Mereka dapat melakukan berbagai tugas seperti mentransfer dana, membayar tagihan, dan memeriksa saldo rekening dari komputer atau perangkat seluler mereka.

### 3) *Mobile banking*

Aplikasi *mobile banking* menyediakan fungsi yang mirip dengan *Internet Banking*, tetapi dioptimalkan untuk smartphone dan tablet. Nasabah dapat melakukan transaksi perbankan saat bepergian, sehingga meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas.

a. Manfaat *SST* dalam perbankan:

1) Kenyamanan dan Aksesibilitas:

*SST* memberikan fleksibilitas kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapan saja dan dari lokasi mana pun, sehingga meningkatkan kenyamanan secara signifikan (Adanlawo & Owolabi, 2024).

2) Pengurangan Biaya

Dengan mengurangi kebutuhan akan teller manusia, *SST* membantu bank menurunkan biaya operasional. Efisiensi biaya ini dapat diteruskan ke nasabah dalam bentuk biaya yang lebih rendah atau suku bunga yang lebih baik (Sobari, 2020).

3) Efisiensi dan Kecepatan

*SST* memperlancar proses transaksi, mengurangi waktu tunggu, dan meningkatkan kecepatan penyampaian layanan. Efisiensi ini menguntungkan bagi nasabah dan bank (Fish, 2020).

4) Kepuasan Pelanggan

Kenyamanan, kecepatan, dan kemudahan penggunaan yang terkait dengan *SST* berkontribusi pada tingkat kepuasan

pelanggan yang lebih tinggi. Pelanggan menghargai kemampuan untuk mengelola kebutuhan perbankan mereka secara mandiri dan efisien (Hasanah & Isnandar, 2024).

b. Tantangan Bank dalam menghadapi Digitalisasi:

- 1) Memastikan keamanan transaksi yang dilakukan melalui SST sangatlah penting. Bank perlu mengimplementasikan tindakan keamanan yang ketat untuk menjaga data nasabah dan mencegah penipuan (Fauzi et al., 2024).
- 2) Beberapa nasabah mungkin menghadapi tantangan dalam menggunakan SST karena kurangnya literasi digital. Bank perlu memberikan dukungan dan edukasi yang memadai untuk membantu nasabah ini beradaptasi dengan teknologi baru (Alfani, 2024).

### **3. Teori Kemudahan Penggunaan**

Kemudahan dalam menggunakan layanan perbankan digital merupakan faktor penting yang mempengaruhi minat nasabah. Menurut Zuhra (2024), antarmuka yang ramah pengguna dan kemudahan navigasi akan meningkatkan keterlibatan Generasi Z dengan layanan keuangan. Semakin mudah layanan diakses, semakin besar kemungkinan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut.

### **4. Teori Keamanan Penggunaan**

Menurut Mahardika (2011) keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi *Internet Banking* dari ancaman dan

penyalahgunaan rekening nasabah. Menurut Rahardjo, (2005) keamanan adalah sesuatu yang dapat mencegah penipuan (cheating) atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Menurut Ahmad dan Pambudi (2014) keamanan adalah suatu kemampuan untuk menyimpan informasi atau data nasabah dari tindak penipuan dan pencurian dalam *Internet Banking*. Menurut Yousafzai, (2003) dalam konteks *Internet Banking*, ancaman keamanan adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentifikasi palsu. Menurut Lee (2009) keamanan adalah faktor penting dalam layanan *Internet Banking* yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakannya. Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen/nasabah yang menggunakan layanan digital perbankan, sehingga nasabah akan semakin berminat untuk bertransaksi menggunakan layanan yang diberikan.

## **5. Teori Manfaat Penggunaan**

Menurut Davis dalam Joan dan sitinjak (2019) menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar penggunaan sebuah sistem (contoh: sistem pembayaran elektronik) dapat meningkatkan performa kinerjanya. Sejauh mana pengguna

percaya dengan penggunaan sistem tersebut akan meningkatkan kinerjanya dan akan lebih memudahkan pengguna untuk melakukan pekerjaan dalam kesehariannya. Wibowo (2008) menjelaskan bahwa persepsi kebermanfaatan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Adapun indikator-indikator dari persepsi kebermanfaatan menurut Davis (1989) adalah: mempercepat pekerjaan (*work more quickly*), meningkatkan kinerja (*improve job performance*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*), efektifitas (*effectiveness*), mempermudah pekerjaan (*make job easier*) dan bermanfaat (*usefull*).

## B. Telaah Pustaka

Pembahasan dalam penelitian ini merujuk pada studi-studi sebelumnya yang memberikan landasan, khususnya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Apriliana (2024) dengan judul “Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology*, *Brand Image* dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah ( Studi Pada Generasi Z Kota Bandarlampung)“. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 100 responden dari Generasi Z di Kota Bandarlampung. Proses pemilihan sampel didasarkan pada teknik *non probability sampling*, tepatnya metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala lima poin, yang berkisar dari tidak

setuju (1) hingga sangat setuju (5). Sedangkan analisis data diterapkan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan pendekatan *Partial Least Squares (PLS)* melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Variabel yang diteliti dibedakan menjadi variabel independen/terikat (X) dan variabel dependen/bebas (Y). Variabel independen meliputi Teknologi Layanan Mandiri (X1), Citra Merek (X2), dan Persepsi Keamanan (X3), sedangkan variabel dependen adalah Minat Menggunakan Bank Syariah (Y). Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial dari Teknologi Layanan Mandiri, Citra Merek, serta Persepsi Keamanan terhadap minat menggunakan bank syariah. Dengan kata lain, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas teknologi layanan mandiri, citra merek, dan persepsi keamanan, maka minat Generasi Z di Kota Bandarlampung untuk menggunakan layanan bank syariah juga akan semakin meningkat.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2022) dengan judul “Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta). Masalah utama yang ditangani oleh penelitian ini adalah pengaruh digitalisasi perbankan melalui *Self-Service Technology (SST)* terhadap kepuasan mahasiswa yang merupakan pengguna layanan digital Bank Syariah Indonesia (BSI). Secara khusus, penelitian ini menyelidiki apakah ketersediaan dan

kualitas layanan perbankan digital seperti ATM, *mobile banking*, dan *Internet Banking* berdampak pada kepuasan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Teknik Pengambilan sample Simple Random Sampling (jenis pengambilan sampel probabilitas) 100 mahasiswa FEBI di UIN Raden Mas Said Surakarta dengan jumlah populasi 3502 mahasiswa. Pengumpulan data melalui kusioner yang dibagikan kepada mahasiswa melalui google forms. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi *variable* independen/terikat (X) dan *Variable* dependen/bebas (Y). *Variable* independen meliputi kualitas layanan *Automatic Teller Machine (ATM)* (X1), Kualitas layanan *Mobile banking* (X2), Kualitas layanan *Internet Banking* (X3) dan Kepuasan Mahasiswa terhadap layanan digital BSI (Y). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas layanan perbankan digital yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia melalui *ATM*, *Mobile Banking*, dan *Internet Banking* secara signifikan memengaruhi kepuasan mahasiswa. Ketiga variabel independen memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, baik secara individual maupun kolektif.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Marwansyah (2023) dengan judul "Pengaruh Digitalisasi Perbankan Melalui *Self Service Technology* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pengguna Layanan Digital Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2019)". Masalah utama yang ditangani oleh penelitian ini adalah pengaruh

digitalisasi perbankan melalui *Self-Service Technology (SST)* terhadap kepuasan mahasiswa yang merupakan pengguna layanan digital Bank Syariah. Secara khusus, penelitian ini menyelidiki apakah ketersediaan dan kualitas layanan perbankan digital seperti ATM, *mobile banking*, dan *Internet Banking* berdampak pada kepuasan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis deskriptif kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan teknik non probability sampling yaitu metode purposive sampling dengan sample 96 mahasiswa perbankan syariah Angkatan 2019. Pengumpulan data melalui kusioner yang dibagikan kepada mahasiswa. Teknik analisis yang menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menganalisis hubungan antara *variable* independen dan *variable* dependen, Uji kualitas data termasuk uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan data akurat dan konsisten, Uji Asumsi Klasik untuk memastikan data memenuhi asumsi yang diperlukan untuk regresi linear. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi *variable* independen/terikat (X) dan *Variable* dependen/bebas (Y). *Variable* independen meliputi kualitas layanan *Automatic Teller Machine* (ATM) (X1), Kualitas layanan *Mobile banking* (X2), Kualitas layanan *Internet Banking* (X3) dan Kepuasan Mahasiswa terhadap layanan digital Bank Syariah (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan perbankan digital yang disediakan oleh Bank Syariah melalui ATM, *mobile banking*, dan *Internet Banking* secara signifikan

memengaruhi kepuasan mahasiswa. Ketiga variabel independen memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmadia (2023) Penelitian ini berjudul "*The moderating role of sharia financial literacy in enhancing the relationship between perceived convenience, perceived benefits, and perceived security on the desire to use sharia financial technology (fintech) services among Gen Z in Banda Aceh City, Indonesia.*" Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis peran moderasi literasi keuangan syariah dalam memperkuat hubungan antara persepsi kemudahan (*perceived convenience*), persepsi manfaat (*perceived benefits*), dan persepsi keamanan (*perceived security*) terhadap minat menggunakan layanan *fintech* syariah di kalangan generasi Z di Kota Banda Aceh. Populasi penelitian berjumlah 37.892 individu Gen Z, dengan 150 responden yang dipilih sebagai sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, dan data dianalisis menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, manfaat, dan keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *fintech* syariah. Namun, literasi keuangan syariah tidak berperan signifikan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan minat penggunaan fintech syariah. Meskipun demikian, literasi keuangan

syariah memiliki pengaruh langsung positif terhadap minat menggunakan *fintech* syariah. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, manfaat, dan keamanan menjadi faktor penting dalam meningkatkan minat generasi Z terhadap penggunaan layanan *fintech* syariah di Banda Aceh.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Christian (2023) yang berjudul “Pengaruh kemudahan penggunaan, kegunaan, keamanan, dan efikasi diri terhadap resistensi terhadap teknologi atau perilaku penggunaan bank digital pada generasi Z di Jakarta.” Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan), *perceived usefulness* (kegunaan), *security* (keamanan), dan *self-efficacy* (efikasi diri) memengaruhi resistensi terhadap teknologi serta perilaku penggunaan layanan bank digital di kalangan generasi Z di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis *Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* yang diolah menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3.0. Data diperoleh dari 157 responden, yang mewakili generasi Z pengguna layanan bank digital di Jakarta, dengan teknik pengambilan sampel tidak dijelaskan secara spesifik namun didasarkan pada partisipasi sukarela. Hasil penelitian menunjukkan bahwa resistensi terhadap teknologi digital *Banking* menjadi faktor penting yang lebih dipertimbangkan oleh responden dibandingkan dengan pengaruh langsung terhadap perilaku penggunaan. Selain itu,

aspek keamanan juga terbukti menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi perilaku pengguna terhadap layanan perbankan digital. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak meninjau secara spesifik jenis teknologi yang digunakan pada setiap layanan perbankan digital. Peneliti juga menyarankan agar perbandingan antar generasi pengguna dilakukan pada penelitian selanjutnya untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Zuhra (2024) yang berjudul “*Understanding Generation Z's Interest in Sharia Fintech: The Roles of Usability, Benefits, and Security Perceptions*” Penelitian ini menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan *fintech* Syariah di Banda Aceh. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan melibatkan sejumlah responden yang tidak disebutkan secara spesifik. Proses pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan dianalisis untuk mengeksplorasi variabel-variabel seperti *perceived ease of use*, *perceived benefits*, dan *perceived security*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z terhadap *fintech* Syariah, di mana pengguna muda lebih mengutamakan antarmuka yang ramah pengguna dan navigasi yang lancar. Selain itu, manfaat yang dianggap penting, termasuk pertimbangan etis dan transaksi tanpa bunga, selaras dengan nilai-nilai Generasi Z, sehingga meningkatkan keterlibatan mereka.

Keamanan yang dirasakan juga memainkan peran penting, karena kepercayaan terhadap perlindungan data dan transaksi yang aman sangat vital untuk mendorong adopsi di kalangan pengguna yang melek teknologi. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pengembang *fintech* dan lembaga keuangan Islam untuk menciptakan solusi *fintech* Syariah yang menarik, disesuaikan dengan kebutuhan Generasi Z. Memahami faktor-faktor ini dapat mengarah pada strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan adopsi *fintech* Syariah di wilayah tersebut.

### C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah asumsi awal mengenai rumusan masalah dalam sebuah penelitian yang memerlukan pengujian untuk memastikan kebenarannya. Disebut sebagai asumsi awal karena jawabannya didasarkan pada teori yang relevan, bukan pada data empiris yang diperoleh melalui proses pengumpulan informasi. Dengan demikian, hipotesis berfungsi sebagai tanggapan teoritis awal terhadap perumusan masalah, sebelum memperoleh jawaban yang bersifat empiris (Zaki & Saiman, 2021). Berdasarkan model konseptual penelitian dan tinjauan penelitian terdahulu maka didapatkan hipotesis atau dugaan sebagai berikut:

- 1. Hubungan antara penggunaan digitalisasi *Self-Service Technology* (*SST*) terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah.**

*SST* mencakup teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan transaksi secara independen, seperti *mobile banking*, *Internet Banking*, dan ATM. Menurut Apriliana (2024) Teknologi ini dirancang untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam melakukan transaksi perbankan. *SST* memungkinkan akses yang lebih mudah dan cepat ke layanan perbankan, yang sangat dihargai oleh Generasi Z. Penggunaan *SST* dapat menghemat waktu nasabah, sehingga mereka lebih tertarik untuk menggunakan layanan bank syariah. Berdasarkan Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa *variable Digitalisasi Self-Service Technology* menunjukan bahwa adopsi teknologi layanan mandiri secara signifikan meningkatkan minat generasi muda untuk menggunakan bank syariah, karena mereka menghargai kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi tersebut.

Dari penjelasan tersebut, dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ : Penggunaan digitalisasi *Self-Service Technology* (*SST*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Generasi Z untuk menggunakan layanan bank syariah.

$H_1$ : Penggunaan digitalisasi *Self-Service Technology* (*SST*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat Generasi Z untuk menggunakan layanan bank syariah.

## **2. Hubungan antara kemudahan penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital bank Syariah.**

Generasi Z, yang dikenal sebagai *digital natives*, cenderung memiliki kecakapan tinggi dalam menggunakan teknologi. Jika SST dalam perbankan Syariah dirancang dengan antarmuka yang intuitif dan mudah dinavigasi, Generasi Z akan lebih mungkin merasa nyaman dan termotivasi untuk menggunakannya. Kemudahan akses, seperti aplikasi *mobile banking* dan *Internet Banking* yang *user-friendly*, dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mengurangi hambatan dalam adopsi layanan perbankan (Haswinda, 2023). Generasi Z lebih menghargai solusi yang memberikan nilai tambah. Penelitian oleh Zuhra (2024) dengan hasil bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z terhadap *fintech* Syariah, di mana pengguna muda lebih mengutamakan antarmuka yang ramah pengguna dan navigasi yang lancar. Hasil tersebut juga didukung penelitian yang dilakukan oleh Rahmadia, *dkk* (2023) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *fintech* syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Christian *dkk*, (2023) menunjukkan hasil *variable* Kemudahan Penggunaan mempengaruhi teknologi digital *banking* yang menjadi faktor penting yang lebih dipertimbangkan oleh responden dibandingkan dengan pengaruh langsung terhadap perilaku penggunaan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah

$H_2$ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah.

### **3. Hubungan antara keamanan penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah.**

Generasi Z, sebagai kelompok yang sangat akrab dengan teknologi, memiliki harapan tinggi terhadap keamanan dalam menggunakan layanan digital. Mereka cenderung lebih peka terhadap isu-isu keamanan, seperti perlindungan data pribadi dan transaksi keuangan. *Self-Service Technology*, seperti *mobile banking* dan *internet banking*, menawarkan kemudahan dan efisiensi. Namun, keberhasilan adopsi teknologi ini sangat bergantung pada seberapa aman nasabah merasa saat menggunakan layanan tersebut. Jika Generasi Z memiliki persepsi positif terhadap keamanan *SST*, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Hal ini menciptakan hubungan yang saling menguntungkan; semakin besar tingkat kepercayaan terhadap keamanan, semakin besar minat mereka untuk bertransaksi secara digital (Moeins et al., 2024). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zuhra dkk, (2024) menunjukkan bahwa variabel keamanan yang dirasakan juga memainkan peran penting, karena

kepercayaan terhadap perlindungan data dan transaksi yang aman sangat vital untuk mendorong adopsi di kalangan pengguna yang melek teknologi. Hasil tersebut kemudian di perkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christian *dkk*, (2023) dan Rahmadia *dkk*, (2023) yang menunjukkan bahwa aspek keamanan juga terbukti menjadi faktor signifikan dalam memengaruhi perilaku pengguna terhadap layanan perbankan digital. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah

$H_3$ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara keamanan penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah

#### **4. Hubungan antara manfaat penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah.**

Generasi Z, yang dikenal sebagai digital *natives*, memiliki harapan tinggi terhadap kemudahan dan efisiensi dalam layanan perbankan. Jika mereka merasakan manfaat seperti kecepatan transaksi, penghematan waktu, dan kemudahan akses, maka persepsi positif ini akan mendorong mereka untuk menggunakan SST. Manfaat yang dirasakan dari penggunaan SST akan meningkatkan minat Generasi Z untuk

bertransaksi melalui layanan perbankan syariah. Dengan semakin banyaknya fitur yang ditawarkan, seperti *mobile banking* dan *internet banking*, mereka akan lebih cenderung untuk memanfaatkan layanan ini.

Ketika Generasi Z merasakan manfaat nyata dari *SST*, hal ini menciptakan hubungan saling menguntungkan; semakin mereka merasa diuntungkan, semakin besar kemungkinan mereka untuk bertransaksi secara rutin. Ini dapat berkontribusi pada pertumbuhan sektor perbankan Syariah (Ayu, 2021). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Zuhra et al., 2024) dan Rahmadia *dkk*, (2023) menunjukkan bahwa *variable* manfaat penggunaan berpengaruh signifikan. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

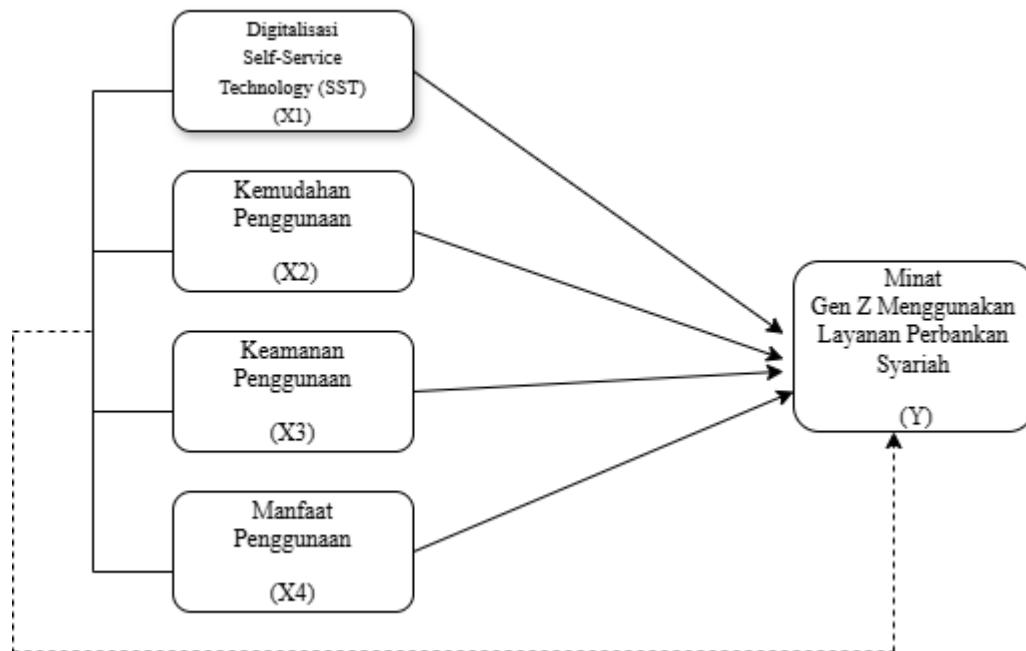
$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara manfaat penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah

$H_4$ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara manfaat penggunaan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan digital perbankan Syariah

#### D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu ide tentang representasi teori yang berkaitan dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai isu yang signifikan. Kerangka pemikiran yang baik adalah yang mampu menjelaskan secara teori peraturan antara variabel independen dan

dependen (Syahputri et al., 2023). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *variable* Digitalisasi Self-Service Technology, kemudahan penggunaan, manfaat penggunaan, dan keamanan penggunaan transaksi menggunakan *SST* dalam Perbankan Syariah yang kemudian hasil akhir dari penelitian ini adalah minat menggunakan layanan Perbankan Syariah yang di pengaruhi oleh *variable* tersebut .



**Gambar 2.2 Kerangka Berpikir**