

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terhadap minat Generasi Z untuk menjadi nasabah di perbankan syariah. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi D4 Perbankan, Departemen Ekonomika dan Bisnis, Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan belum memiliki rekening di bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan secara daring kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Begitu pula kualitas pelayanan yang juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi produk serta perbaikan mutu pelayanan, khususnya yang bersifat digital dan interaktif, dapat meningkatkan minat Gen Z untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi lembaga perbankan syariah dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik generasi muda.

Kata Kunci: Pengetahuan Produk, Kualitas Pelayanan, Minat, Generasi Z, Perbankan Syariah

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product knowledge and service quality on Generation Z's interest in becoming customers of Islamic banking. The research subjects are students of the D4 Banking Study Program at the Department of Economics and Business, Vocational School, Universitas Gadjah Mada, who belong to Generation Z and have not previously owned an account at an Islamic bank. This study employs a quantitative causal approach with data collected through online questionnaires distributed to 100 respondents selected using purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression to assess the effect of each variable. The results show that product knowledge has a positive and significant influence on the interest in becoming a customer of Islamic banking. Similarly, service quality also has a positive and significant effect. These findings indicate that increasing literacy regarding Islamic banking products and improving service quality—particularly in digital and interactive aspects—can enhance Gen Z's interest in using Islamic banking services. This research is expected to serve as a reference for Islamic financial institutions in formulating targeted marketing strategies that align with the characteristics of the younger generation.

Keywords: Product Knowledge, Service Quality, Interest, Generation Z, Islamic Banking



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Kualitas Pelayanan Perbankan Syariah Terhadap Minat Gen Z Untuk Menjadi Nasabah Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Departemen Ekonomika Dan Bisnis Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Prodi Perbankan)
Ulinuha Nabilah, Dra. Sufitri , M.M.

Universitas Gadjah Mada, 2025 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>