

**SKRIPSI**

**PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PROMOSI  
TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN  
BANK DIGITAL SYARIAH  
( Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Banda Aceh )**



Disusun Oleh :

**Salsabila**

**NIM. 210603031**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2025 M/1446 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Salsabila

NIM : 210603031

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 24 April 2025

Yang Menyatakan



(Salsabila)

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**  
**Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi Terhadap Minat**  
**Dalam Menggunakan Bank Digital Syariah**  
**( Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Banda Aceh )**

Disusun Oleh

Salsabila

NIM: 210603031

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada  
Program Studi Perbankan Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing 1

  
Ismuad, S.E., S.Pd.I., M.Si  
NIP.198601282019031005

Pembimbing 2

  
Riza Aulia, S.E.I., M.Sc  
NIP.198801302018031001

AR - RANIRY

Mengetahui  
Ketua Prodi

  
Dr. Nevi Hasnita, M.Ag  
NIP.197711052006042003

**PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**  
**Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi Terhadap Minat**  
**Dalam Menggunakan Bank Digital Syariah**  
**( Studi Kasus Pada Generasi Milenial Kota Banda Aceh )**

Salsabila  
NIM: 210603031

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk  
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Perbankan  
Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 24 April 2025 M  
25 Syawal 1446 H

Banda Aceh  
Dewan Penguji Sidang Skripsi

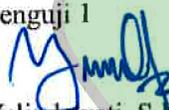
Ketua

  
Ismuady, S.E., S.Pd.I., M.Si  
NIP.198601282019031005

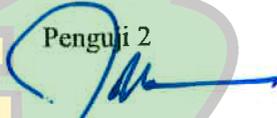
Sekretaris

  
Riza Aulia, S.E.I., M.SC  
NIP.198801302018031001

Penguji 1

  
Yulindawati, S.E., M.M.  
NIP. 197907132014112002

Penguji 2

  
Muksal, M.E.I  
NIP. 199009022020121008

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-raniry Banda Aceh,

  
Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec  
NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syaikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: [www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email: [library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

## FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Salsabila  
NIM : 210603031  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
E-mail : 2106030031@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir  KKU  Skripsi

Yang berjudul: **PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN BANK DIGITAL SYARIAH ( STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL KOTA BANDA ACEH )**.

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain. Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 24 April 2025

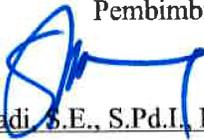
Mengetahui

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Salsabila

  
Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si

  
Riza Aulia, S.E.T., M.SC

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN BANK DIGITAL SYARIAH ( STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL KOTA BANDA ACEH )”**. Shalawat beriring salam tidak lupa kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa ada beberapa kesilapan dan kesulitan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag., sebagai Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ana Fitriah, S.E., M.Sc., RSA sebagai Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Hafiih Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua

Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

4. Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si selaku Dosen Pembimbing I serta Riza Aulia, S.E.I., M.Sc selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, masukan, dan semangat yang selalu diberikan kepada peneliti. Terima kasih untuk segala pembelajaran dan motivasi yang telah diberikan baik di masa perkuliahan maupun selama proses bimbingan yang menjadi penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Rasa hormat dan bangga, bisa berkesempatan menjadi mahasiswa bimbingan Bapak. Semoga Bapak selalu dilimpahkan kesehatan, kemudahan, dan selalu dalam lindungan-Nya.
5. Rika Mulia M.B.A selaku dosen wali yang telah membimbing serta memberikan nasehat dan motivasi terbaik untuk penulis selama menempuh pendidikan di program studi strata satu (S1) Perbankan Syariah.
6. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Kepada kedua orangtua saya Bapak Zedriadi dan Ibu Rahayu Dewi yang telah memberikan segala dukungan, semangat, perhatian, doa serta telah mendidik penulis dalam limpahan kasih sayang serta dorongan moril maupun materil yang tak terhingga agar penulis memperoleh yang terbaik dan mampu

menyelesaikan studi hingga tahap akhir. Semoga papa dan mama selalu sehat, bahagia, dan semua kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT dengan sebaik-baiknya.

8. Kepada adik saya Habib Ramdani Muflih dan Uwo saya Rahmanita yang telah memberi perhatian dan dukungan kepada penulis. Semoga juga selalu diberi kebahagiaan, kesehatan dan kesuksesan dalam kehidupan. Terimakasih juga kepada seluruh keluarga besar Abdurahman yang senantiasa memberikan dukungan sepenuh hati.
9. Kepada teman dekat saya shafia, nining, halima dan yati dan teman-teman seperjuangan jurusan Perbankan Syariah angkatan 2021 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Terakhir kepada diri sendiri, Salsabila. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih karena terus berusaha dan tidak menyerah.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan Akhir kata penulis ucapkan ribuan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Banda Aceh, 24 April 2025

Salsabila

**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
**Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K**  
**Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987**

**1. Konsonan**

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
اِي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
اُو	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يُقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

### 4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- 1) *Ta marbutah* (ة) hidup

*Ta marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- 2) *Ta marbutah* (ة) mati

*Ta marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- 3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul  
Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

## ABSTRAK

Nama : Salsabila  
Nim : 210603031  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : “Pengaruh fitur layanan dan promosi terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah (studi kasus pada generasi milenial Kota Banda Aceh)”  
Pembimbing I : Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si  
Pembimbing II : Riza Aulia, S.E.I M.Sc

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fitur layanan dan promosi terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial di kota banda aceh. Fitur layanan dan promosi merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial Kota Banda Aceh dengan jumlah sampel 96 responden melalui penyebaran kuesioner lewat google form. Data di analisis dengan regresi linear berganda menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan fitur layanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank digital syariah.

**Kata Kunci:** *Fitur layanan, Promosi, Minat, Generasi Milenial*

A R - R A N I R Y

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	16
1.5 Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
<b>2.1 Grand Theory.....</b>	<b>19</b>
2.1.1 <i>Theory Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	19
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> .....	20
2.2 Bank Digital.....	21
2.2.1 Dasar Hukum Bank Digital.....	24
2.2.2 Manfaat Bank Digital.....	26
2.2.3 Layanan Perbankan Digital .....	28
2.3 Bank Digital Syariah.....	30
2.3.1 Pengertian Bank digital Dalam Ekonomi Islam .....	31
2.3.2 Karakteristik dan Dasar Hukum Bank Digital dalam Islam...	32
2.3.3 Prinsip - Prinsip Bank Digital dalam Ekonomi Islam .....	34
2.4 Fitur Layanan .....	36

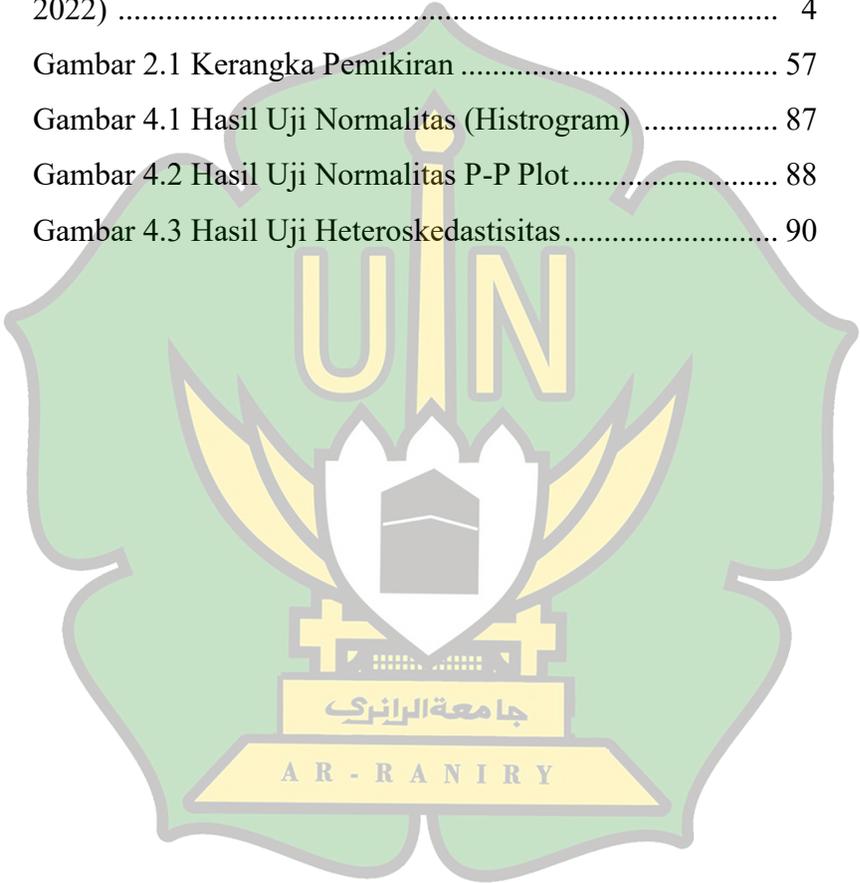
2.4.1 Fitur-Fitur Dalam Bank Digital Syariah.....	38
2.4.2 Indikator Fitur Layanan.....	39
2.5 Promosi.....	40
2.5.1 Tujuan dan Fungsi Promosi.....	41
2.5.2 Indikator Promosi.....	42
2.5.3 Bentuk-Bentuk Promosi.....	43
2.6 Minat.....	44
2.6.1 Faktor-Faktor Minat.....	45
2.6.2 Indikator Minat.....	48
2.7 Penelitian Terdahulu.....	49
2.8 Kerangka Pemikiran.....	56
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	58
2.9.1 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital.....	58
2.9.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah.....	59
2.9.3 Pengaruh Fitur Layanan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Bank Digital Syariah.....	60
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>62</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	62
3.2 Populasi dan Sample.....	63
3.2.1 Populasi.....	63
3.2.2 Sampel.....	63
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.3.1 Sumber Data.....	66
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.4 Definisi dan Operasional Variable.....	67
3.4.1 Definisi Variable.....	67

3.4.2	Operasional Variable.....	68
3.5	Skala Pengukuran Penelitian .....	70
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data .....	71
3.6.1	Uji Validitas.....	71
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	72
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	72
3.7	Analisis Regresi Linear Berganda.....	74
3.8	Pengujian Hipotesis .....	75
3.8.1	Uji T .....	75
3.8.2	UJI F.....	76
3.8.3	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	77
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>78</b>
4.1	Gambaran Umum Generasi Milenial.....	78
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden Penelitian Responden .....	79
4.3	Karakteristik Responden.....	79
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	79
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	80
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili. ....	80
4.4	Tanggapan Responden .....	81
4.4.1	Tanggapan Responden Terhadap Variable Fitur Layanan .....	81
4.4.2	Tanggapan Reseponden Terhadap Variabel Promosi.....	82
4.4.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat .....	83
4.5	Hasil Uji Instrumen .....	84
4.5.1	Hasil Uji Validitas .....	84
4.5.2	Hasil Uji Reliabilitas .....	86
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	87
4.6.1	Hasil Uji Normalitas.....	87

4.6.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	89
4.7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	91
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	93
4.8.1 Hasil Uji Secara Parsial (Uji T).....	93
4.8.2 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F) .....	94
4.8.3 Hasil Uji Koefisien ( $R^2$ ) .....	96
4.9 Pembahasan Hasil .....	96
4.9.1 Pengaruh Fitur Layanan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Milenial Kota Banda Aceh....	96
4.9.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Dalam Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Milenial Kota Banda Aceh .....	98
4.9.3 Pengaruh Fitur Layanan dan Promosi Terhadap Minat Dalam Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Milenial Kota Banda Aceh .....	100
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah pengguna internet di Indonesia per januari (2014-2024) .....	3
Gambar 1.2 Alasan responden menggunakan bank digital (Mei 2022) .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	57
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (Histrogram) .....	87
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	88
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90

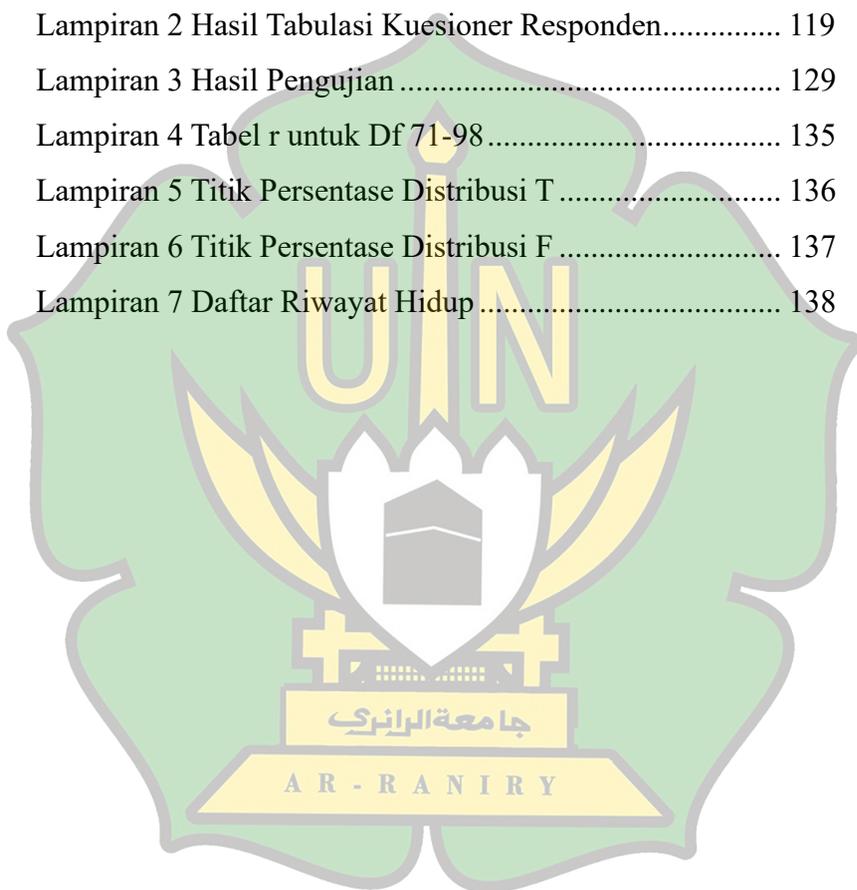


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	53
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	68
Tabel 3.2 Skala Likert.....	71
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	79
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	80
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili..	80
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Fitur Layanan .....	82
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi .....	82
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat.	83
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	89
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	92
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	95
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien ( $R^2$ ).....	96

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	114
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner Responden.....	119
Lampiran 3 Hasil Pengujian .....	129
Lampiran 4 Tabel r untuk Df 71-98.....	135
Lampiran 5 Titik Persentase Distribusi T .....	136
Lampiran 6 Titik Persentase Distribusi F .....	137
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup .....	138



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pengembangan teknologi dan jaringan komputer saat ini tumbuh sangat drastis, pindah ke era baru yang diketahui sebagai Periode Industri 4.0. Selama waktu ini, penggunaan teknologi digital akan menjadi semakin dominan dalam meningkatkan pekerjaan yang efektif dan efisien dalam pekerjaan manusia (Mutiasari, 2020). Hal ini disebabkan oleh pengembangan keberadaan berbagai platform digital di berbagai bidang kehidupan, termasuk kesehatan, pendidikan, ekonomi dan sektor agama.

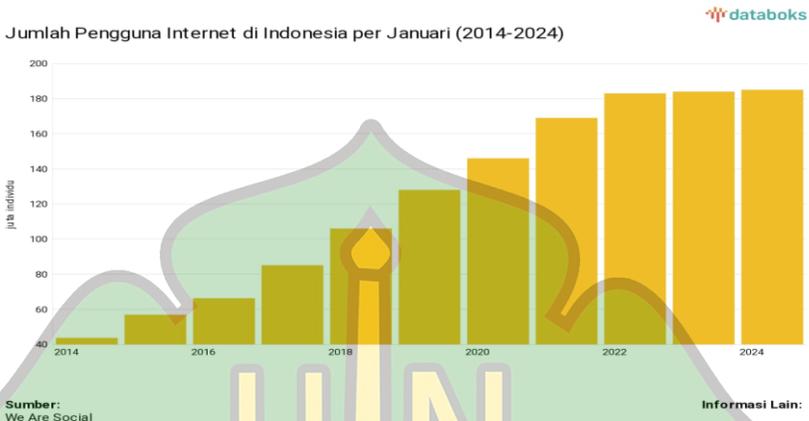
Selain itu, dengan adanya virus corona 19 di Indonesia yang mendesak masyarakat untuk mengurangi aktivitas sosial diluar yang semakin mendorong tren hidup digital semakin berkembang. (Murdiyanto., 2021). Peristiwa ini mempercepat transformasi digital di berbagai sektor industri, termasuk lembaga keuangan. Kehadiran fintech dan bank digital semakin menegaskan pentingnya penyediaan layanan perbankan digital yang praktis, mudah diakses, dan nyaman, terutama bagi bank konvensional. Perkembangan teknologi digital juga telah mengubah kebiasaan masyarakat dalam memanfaatkan layanan perbankan, termasuk perbankan syariah. Hal ini tampak meningkatnya jumlah produk perbankan syariah yang mengadopsi layanan digital guna memberikan pelayanan terbaik serta memenuhi ekspektasi masyarakat (Nasir Tajul Aripin, Nur Fatwa dkk, 2022).

Internet menjadi faktor utama dalam lahirnya uang elektronik dan menandai awal dari perkembangan teknologi yang pesat. Sebagai server yang sering digunakan oleh masyarakat, internet menawarkan keoptimalan dan efisiensi dalam pengelolaan informasi, sehingga perannya semakin penting dalam kehidupan sehari-hari (Abrilia & Tri, 2020). Kemajuan internet di Indonesia, yang didukung oleh dominasi penggunaan smartphone berbasis Android dan iOS, telah mendorong munculnya berbagai aplikasi berbasis internet yang semakin memudahkan aktivitas digital masyarakat.

Peningkatan penggunaan internet setiap tahun turut mendorong perkembangan berbagai aplikasi, termasuk aplikasi pembayaran online. Hal ini menyebabkan masyarakat Indonesia beralih ke metode pembayaran menggunakan uang elektronik. (Bank Indonesia, 2020). Pada bidang keuangan, semua institusi keuangan bersaing melakukan digitalisasi untuk memenuhi keinginan nasabah dan investor untuk konsumsi masyarakat yang serba digital ini. (Siroj et al., 2021). Dalam sepuluh tahun terakhir, sektor perbankan menjadi salah satu yang terdepan melakukan digitalisasi, yang dapat dilihat dari lahirnya ATM, internet banking, mobile banking, digital banking, dan berbagai inovasi digital lainnya yang dibuat untuk meminimalkan biaya operasional sekaligus meningkatkan layanan pelanggan (Kaur et al., 2020).

## Gambar 1.1

### Jumlah pengguna internet di indonesia per januari (2014-2024)



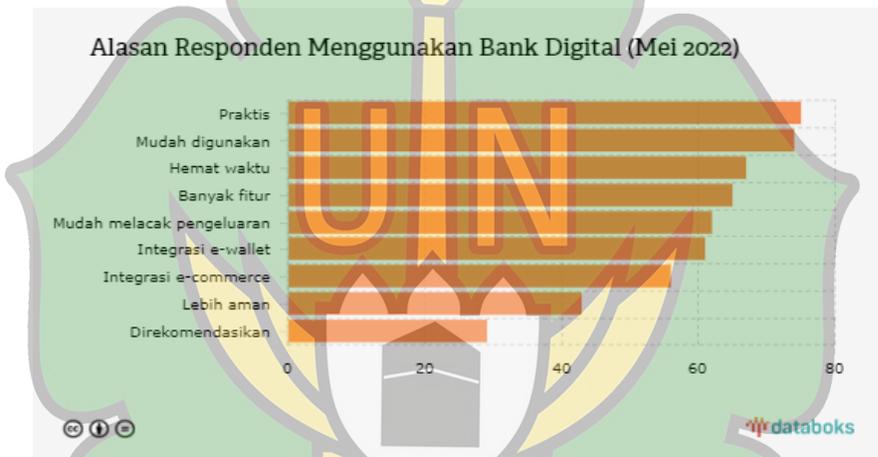
Sumber : Databoks (2024)

Data di atas, Pada Januari 2024 sekitar 185 juta orang pengguna internet atau 66,5% dari 278,7 juta orang yang tinggal di Indonesia. Jumlah pengguna internet di awal tahun 2024 mengalami peningkatan sekitar 1,5 juta orang atau naik 0,8% dibandingkan dengan Januari 2023 (year-on-year). Sekitar 141,3 juta orang telah menjadi pengguna internet jika dibandingkan dengan Januari 2014.

Dalam satu dekade terakhir, pertumbuhan pengguna internet tertinggi terjadi pada tahun 2017, dengan lonjakan sebesar 28,4% dibanding tahun sebelumnya (year-on-year). Sebaliknya, pertumbuhan paling lambat terjadi pada Januari 2023, dengan peningkatan hanya 0,6% (year-on-year). Meskipun begitu banyak penduduk indonesia yang belum terkoneksi internet. Jumlah penggunaan handphone dan internet yang banyak di Indonesia menjadi kesempatan besar untuk para perusahaan untuk dapat

interaksi tanpa perantara dengan para konsumen tanpa kendala waktu, jarak, akses yang mudah dan cepat ke layanan perbankan melalui aplikasi platform online. Ini memungkinkan untuk mencapai lebih banyak pelanggan, meningkatkan layanan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional.

**Gambar 1.2**



Sumber : Databoxs ( 2022)

Menurut hasil survei Populix pada 20-25 Mei 2022, Sebesar 75% narasumber menilai bahwa layanan bank digital bersifat praktis, sementara 74% menganggapnya mudah digunakan. Selain itu, 67% narasumber memilih layanan bank digital karena dapat menghemat waktu, 65% tertarik dengan beragam fitur yang ditawarkan, dan 62% merasa layanan ini membantu dalam melacak pengeluaran. Selain itu, 61% menggunakan bank digital karena terintegrasi dengan e-wallet, sedangkan 56% tertarik karena keterhubungannya dengan e-commerce. Survei yang dilakukan oleh

Populix ini mengikutsertakan 1.000 narasumber dari berbagai kota besar di Indonesia.

Banyak orang dewasa telah meningkatkan keterampilan digital di era teknologi seiring berjalanya waktu, sehingga terbiasa menggunakan teknologi untuk berbagai keperluan sehari-hari terutama dalam mengadopsi layanan perbankan digital. Dapat dilihat bank digital di Indonesia datang dengan menawarkan fasilitas serta kenyamanan bagi pengguna. Mereka mendapat banyak manfaat dengan adanya akses digital, memberi kemudahan dalam proses transaksi yang lebih praktis dan hemat waktu. Sehingga kegiatan dalam bertransaksi dapat berjalan secara efektif dan efisien.

Menurut survei yang diadakan oleh McKinsey and Company pada tahun 2019, di Indonesia nasabah menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap perbankan digital. Dalam tiga tahun terakhir, pemanfaatan bank digital di Indonesia menanjak dua kali lebih cepat dibandingkan dengan negara-negara berkembang lainnya di Asia. (Barquin et al, 2019). Terobosan dalam teknologi informasi telah membawa revolusi dalam operasional dan pengelolaan bank, mendukung strategi bisnis melalui penataan ulang sistem komunikasi dan menganjurkan nasabah untuk beralih ke digitalisasi perbankan. Langkah ini mencakup pembangunan bank digital baru serta pembaruan status bank yang telah beroperasi lama. Selain itu, layanan perbankan juga disediakan melalui saluran elektronik, dengan memanfaatkan perangkat elektronik yang sudah dimiliki oleh nasabah (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Dalam satu dekade terakhir, kondisi perbankan berkembang pesat. Produk dan layanan perbankan terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Persepsi nasabah terhadap bank sebagai “supermarket keuangan” telah memaksa bank untuk menjual berbagai macam produk. Kemajuan sektor perbankan juga tidak lepas dari kemajuan teknologi saat ini. Bank mulai menawarkan layanan digital kepada nasabah. Menurut POJK No.12/POJK.03/2018: Perbankan Digital merupakan layanan yang ditujukan bagi nasabah agar dapat berinteraksi, melakukan transaksi perbankan, dan mengakses informasi melalui media elektronik. Layanan ini dirancang dengan data pelanggan, sehingga layanan dapat lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (pengalaman pelanggan).

layanan yang memungkinkan pelanggan berinteraksi, melakukan transaksi perbankan, dan mengakses informasi melalui media elektronik. Layanan ini dirancang dengan data pelanggan, sehingga layanan dapat lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (pengalaman pelanggan). Semua ini bisa dijalankan sendiri oleh pelanggan dengan tingkat keamanan yang tinggi. Layanan bank digital merupakan produk perbankan yang memanfaatkan teknologi informasi melalui media elektronik, memungkinkan nasabah atau calon nasabah untuk mengakses layanan perbankan, termasuk layanan dari mitra bank, secara mandiri (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Dengan semakin banyaknya bank online yang beroperasi di Indonesia, Otoritas Jasa

Keuangan secara resmi merilis POJK Nomor 12/POJK.03/2021 pada 30 Juli 2021, khususnya Pasal 25, yang menjadi dasar regulasi bagi bank digital di Indonesia serta mengatur ketentuan dan persyaratan pendiriannya.

Dari banyaknya transformasi digital yang diterapkan dalam perbankan, satu diantara yang paling unggul adalah bank digital (Detska et al., 2021). Bank digital merupakan layanan perbankan yang mengizinkan nasabah untuk menjangkau seluruh fasilitas perbankan secara online melalui platform digital (Haralayya, 2021). Jika sebelumnya transaksi perbankan harus dilakukan secara langsung dengan petugas bank, kini seluruh proses dapat diselesaikan hanya melalui perangkat seluler, kapan saja dan di mana saja, asalkan terhubung dengan internet (Aziz et al., 2021).

Bank digital, sesuai dengan peraturan OJK No.12/POJK.03/2021. Diatur dalam Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1, bank ini merupakan badan hukum Indonesia (BHI) yang menyelenggarakan kegiatan usaha utamanya melalui saluran elektronik tanpa memiliki kantor fisik, kecuali untuk kantor pusat. Dalam pengoperasiannya, bank digital juga dapat menggunakan kantor fisik, namun dalam kapasitas yang terbatas. Bank yang beroperasi dalam model ini dapat berupa bank baru yang didirikan sebagai bank digital maupun bank konvensional yang beralih menjadi bank digital.

Bank digital merupakan konsep yang masih baru bagi masyarakat Indonesia. Hal-hal baru sering kali menimbulkan rasa

penasaran dan ketertarikan, tetapi di sisi lain juga dapat memicu kekhawatiran. Ketakutan terhadap sesuatu yang belum dikenal adalah hal yang wajar, terutama karena kurangnya pengetahuan mengenai hal tersebut. Bank digital menawarkan kemudahan dan fleksibilitas dalam transaksi serta layanan perbankan bagi nasabahnya. Namun, calon nasabah juga memiliki kekhawatiran terkait berbagai aspek, seperti kelengkapan fitur, kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, perlindungan investasi, dan berbagai isu lainnya yang berhubungan dengan bank digital (Vishnuvardhan et al., 2020). Tingkat kepercayaan dan kekhawatiran masyarakat ini berpengaruh terhadap sejauh mana bank digital dapat diterima oleh masyarakat.

Dilansir dari Finder.com bahwa pada tahun 2021, bahwa 47.722.913 atau 25% orang dewasa di Indonesia memiliki rekening bank digital, pada tahun 2022 mencapai 31% atau 59.969.877, dan pada tahun 2026 akan meningkat hingga 39% atau 74.785.062 pengguna bank digital. Kemudian untuk di Indonesia sendiri telah banyak hadir bank digital, seperti bank Jago, Sea Bank, Blu by BCA, Jenius Bank, Line Bank, TMRW by UOB, Neo Bank (Akbar, 2023), bahkan Grab sekarang ini telah masuk menjadi pesaing dalam bisnis bank digital dengan nama Super Bank yang merupakan transformasi dari bank Fama (Rahman, 2023).

Akan tetapi kehadiran dan kemajuan tumbuh dan berkembangnya bank digital masih belum mampu membuat masyarakat untuk memahami tentang bank digital tersebut, alasan

konsumen tentang kehadiran bank digital bahwa masih banyak konsumen atau masyarakat yang kurang paham tentang bank digital, serta resiko yang akan dihadapi ketika menggunakan bank digital sebab wujud fisik dari bank tersebut tidak dapat dilihat oleh konsumen atau masyarakat, sehingga konsumen atau masyarakat merasa ragu akan kejelasan dari keberadaan bank digital, persepsi risiko yang tinggi dapat menghalangi masyarakat untuk menggunakan teknologi perbankan digital, terutama bagi mereka yang tidak yakin dengan layanan dan keamanannya (Lestari et al., 2023), demikian juga sosialisasi dari kehadiran bank digital bagi masyarakat belum tersampaikan secara optimal, karena ketika munculnya bank digital adalah era transformasi bank konvensional ke bank digital. Proses Berubah menjadi bank digital juga mempermudah perbankan dalam menjangkau dan memperoleh nasabah baru, karena tidak lagi bergantung pada keberadaan kantor fisik. Bank dapat membangun kolaborasi dengan ekosistem fintech dan e-commerce sebagai alternatif untuk terus menerus mencari nasabah. yang memiliki jumlah user yang sangat banyak (Suharbi & Margono, 2022), karena tantangan perkembangan bank digital yang berkelanjutan bergantung pada dua faktor besar, yaitu fundamental dan dukungan infrastruktur teknologi informasi (TI). Selain itu, manajemen risiko juga menjadi fokus yang perlu menjadi fokus bank digital. Ia mengatakan bank digital juga membutuhkan dukungan ekosistem yang luas. (Daelami et al., 2021).

Banyak terjadinya penipuan pada Bank Digital, yang disebabkan karena prosedur pendaftarannya itu sendiri terlalu mudah. Selebihnya mengatakan bahwa masih ragu akan keamanan jika harus mengamankan hartanya pada bank digital. Dilihat dari pertimbangan kebutuhan nasabah dan risiko penipuan dalam transaksi dunia maya, aplikasi perbankan digital sebenarnya dapat menjadi saluran utama perbankan di Indonesia. Dari tahun 2013 hingga beberapa tahun terakhir, pertumbuhan pelanggan yang cepat meningkatkan strategi ini. Namun, beberapa nasabah lama masih ragu untuk menggunakan aplikasi perbankan digital. Karena kurangnya pengalaman dan kekhawatiran tentang keamanan, konektivitas perbankan digital di Indonesia sangat bergantung pada aplikasi perbankan yang digunakan dan jaringan operator seluler yang harus selalu ada. (Al-Jabri & Sohail, 2012)

Selain itu, kehadiran inovasi bank digital syariah diharapkan dapat menarik minat nasabah dari generasi Z dan Y (milenial). Kaum muda dikenal sebagai pengadopsi awal terhadap inovasi atau ide baru. Meskipun saat ini mereka belum menjadi segmen yang paling menguntungkan, dalam waktu dekat mereka berpotensi menjadi pelanggan utama dengan nilai ekonomi yang tinggi (Kotler & Kartajaya, 2019). Jika bank digital syariah berhasil menarik banyak nasabah dari kalangan muda, hal ini akan memberikan dampak besar terhadap daya saing bank syariah. Apalagi, generasi muda saat ini menguasai struktur demografi Indonesia, dengan generasi Y (milenial) mencakup 25,87% dan generasi Z sebesar 27,94% dari

total populasi Indonesia yang mencapai 270,20 juta jiwa (BPS, 2021).

Adapun perbedaan utama antara bank digital syariah dan bank konvensional: 1. Prinsip operasi Bank digital syariah menggunakan prinsip syariah Islam seperti akad bagi hasil, jual-beli, atau sewa. Sementara bank konvensional menggunakan sistem bunga. 2. Produk Bank syariah menawarkan produk seperti pembiayaan, tabungan, dan deposito syariah. Sedangkan bank konvensional memiliki kredit, tabungan, dan deposito berbasis bunga. 3. Skema investasi Pada bank syariah, investasi menggunakan skema syariah seperti bagi hasil Mudharabah atau kerja sama usaha Musyarakah. Berbeda dengan skema bunga tetap di bank konvensional. 4. Pengelolaan dana Bank syariah harus mengelola dana sesuai dengan fatwa DSN MUI. Sedangkan bank konvensional tidak memiliki pembatasan yang ketat. 5. Filosofi Bank syariah dibangun dengan filosofi keadilan sosial-ekonomi Islam. Sementara bank konvensional murni institusi komersial. (Hadad, 2017)

Layanan keuangan digital saat ini menjadi pilihan yang sangat logis dan relevan untuk meningkatkan efisiensi operasional serta menghemat biaya. Efektivitas dan efisiensi yang ditawarkan oleh layanan perbankan digital telah memberikan manfaat, memudahkan generasi milenial dalam memenuhi berbagai kebutuhan transaksi keuangan mereka, seperti belanja online, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan transfer antar bank.

Dengan adanya digitalisasi, kesenjangan layanan antar bank dan masyarakat semakin lebih dekat, hemat, efisien, cepat dan murah yang sangat disukai generasi milenial. (Rozaq M. Yasin, 2021).

Kemudian penyebab yang mempengaruhi minat generasi milenial untuk terus menggunakan bank digital adalah promosi. Menurut (Widiyanti, 2020), promosi adalah komunikasi penjual dan pembeli atau berupa informasi yang tepat dengan tujuan untuk mengubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi kenal sehingga pembeli tetap mengingat produk tersebut. Dengan semakin pesatnya perkembangan bank digital, kegiatan promosi juga semakin gencar dilakukan. Salah satu program promosi yang populer dilakukan saat ini, misalnya dengan memberikan diskon pada transaksi pembayaran tagihan, memberikan poin untuk hadiah menarik dan memberikan bebas biaya administrasi untuk transaksi dengan minimum saldo tertentu. Dengan diperkenalkannya fitur-fitur menarik khusus nasabah, kemudahan penggunaan, rasa aman dan penawaran menarik diharapkan dapat menarik minat nasabah untuk terus menggunakan layanan perbankan digital.

Menurut (Frانيا Inward Putri Gulo & M Khoiri, 2024) permasalahan pada Fitur Layanan yang dimaksud yaitu sistem transaksi kerap mengalami error. Pengguna menghadapi kendala maupun kegagalan transaksi saat melakukan transaksi keuangan saat menggunakan aplikasi pembayaran e-wallet ke ShopeePay. Beberapa faktor dapat menyebabkan hal ini, antara lain gangguan

jaringan yang menyebabkan koneksi internet tidak stabil, beban server yang berlebihan karena banyaknya pengguna yang mengakses secara bersamaan, masalah teknis pada perangkat lunak aplikasi, dan kesalahan pengguna dalam memasukkan informasi atau tahapan transaksi.

Selanjutnya Menurut (Frانيا Inward Putri Gulo & M Khoiri, 2024), permasalahan pada variabel promosi yang dapat dipaparkan yaitu diskon yang ditawarkan jauh dari ekspektasi atau harapan konsumen. Diskon adalah salah satu langkah yang tepat dalam pemasaran, tetapi konsumen melihat bahwa diskon yang diberi sesuai dengan apa yang diharapkan. Pengguna akan menilai pelayanan berdasarkan apakah ini memenuhi harapan mereka atau tidak. Kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan pengguna karena mereka akan membandingkan kualitas pelayanan dengan platform lain yang sejenis. Masalah timbul ketika diskon yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan atau keinginan pengguna. Hal ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti halnya ketidakrelevanan diskon dengan kebutuhan atau preferensi belanja pengguna, proses klaim yang rumit, keterbatasan dalam penggunaan diskon, atau ketidakjelasan informasi tentang diskon tersebut.

Menurut Kotler & Armstrong Promosi suatu kegiatan yang bertujuan menyampaikan keunggulan produk dan meyakinkan konsumen utama untuk melakukan pembelian. Setiap tahunnya, Ford menginvestasikan lebih dari \$1,5 miliar untuk iklan di Amerika Serikat, guna menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai

perusahaan dan berbagai produk yang ditawarkannya. Para penjual di dealer berperan penting dalam melayani calon pembeli, serta menjamin mereka bahwa Ford ialah pilihan mobil yang tepat untuk mereka. Selain itu, Ford dan dealer juga memberikan penawaran spesial, potongan harga, serta insentif tingkat pembiayaan yang rendah sebagai bonus tambahan untuk mendorong pembelian. (Almira Ratih Renaningtyas et al., 2022)

Hasil dari wawancara awal yang dilakukan penulis dengan beberapa generasi milenial pengguna bank digital syariah di Kota Banda Aceh menunjukkan. dari mereka berpendapat bahwa fitur layanan yang lengkap, mulai dari pembayaran tagihan dan Top Up e-wallet sangat mempengaruhi karena dapat mempermudah mereka dalam bertransaksi. Kemudian pendapat mereka tentang variable promosi bahwa mereka tertarik kerana adanya cashback dari belanja online. kombinasi antara fitur layanan dan promosi yang menarik berperan penting dalam meningkatkan minat dan loyalitas konsumen terhadap bank digital.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa fitur layanan dan promosi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat generasi milenial menggunakan bank digital syariah. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH FITUR LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN BANK DIGITAL SYARIAH (STUDI KASUS PADA GENERASI MILENIAL KOTA BANDA ACEH)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Fokus penelitian ini adalah sebagai berikut, berdasarkan penjelasan latar belakang sebelumnya:

1. Bagaimana fitur layanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial Kota Banda Aceh?
2. Bagaimana promosi berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial Kota Banda Aceh?
3. Bagaimana fitur layanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial Kota Banda Aceh?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dikemukakan, kajian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial Kota Banda Aceh
2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial Kota Banda Aceh

3. Untuk mengetahui apakah fitur layanan dan promosi berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah pada generasi milenial Kota Banda Aceh.

#### **1.4 Manfaat Hasil Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini dimaksudkan sebagai tambahan ilmu dan meningkatkan pemahaman mengenai pengaruh fitur layanan dan promosi terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah

##### **2. Manfaat Praktis**

Dari hasil penelitian ini tentunya memiliki kegunaan bagi semua pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya:

###### **a) Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dalam mengembangkan fitur layanan dan promosi terhadap minat dalam menggunakan bank digital syariah di berbagai lapisan masyarakat

###### **b) Bagi penulis**

Penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk lebih banyak mengetahui secara jauh mengenai membandingkan ilmu di perkuliahan dengan praktik di lapangan.

###### **c) Bagi Masyarakat**

Penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan pembelajaran juga penambah pengetahuan mengenai pertumbuhan bank digital

syariah dan menjadi pertimbangan dalam menggunakan bank digital syariah

### 3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini memberikan arahan perihal pengambilan keputusan atau penetapan kebijakan yang dirancang dengan tepat untuk memastikan bahwa hasilnya puas dimasa depan bank, praktisi, akademisi, dan masyarakat umum.

## 1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penelitian ilmiah ini yang akan dibahas penulis untuk memudahkan pembahasan dan penulisan karya ilmiah maka penulis mengklasifikasikan masalah dalam semua bab. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut :

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab pertama berisi sub-bab lain yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab kedua membahas tentang landasan teori yang menjelaskan hubungan antara teori dan permasalahan yang di teliti. Di dalamnya juga terdapat ulasan mengenai penelitian terdahulu, keterkaitan antar variabel, kerangka pemikiran, serta hipotesis yang diajukan.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bab ketiga yaitu bab mengenai metode dalam memperoleh data, jenis penelitian, jenis data, populasi, sampel dan hal-hal yang terkait dengan metode analisis yang digunakan.

#### **BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab keempat yaitu membahas hasil dan analisis yang diperoleh dari pengujian data yang telah dilakukan menggunakan metode dan alat analisis yang sesuai dengan penelitian ini. Hasil dan pembahasan yang akan dipaparkan bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh fitur layanan dan promosi terhadap minat dalam menggunakan bank digital.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab kelima ini menyajikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan inti dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, penulis juga memberikan rekomendasi dalam bahasa yang operasional, yang ditujukan kepada para pengambil kebijakan.

