

PENGARUH PENGETAHUAN GENERASI Z, PERSEPSI, DAN FASILITAS TERHADAP PREFERENSI PADA BANK SYARIAH DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

THE EFFECT OF GENERATION Z KNOWLEDGE, PERCEPTIONS, AND FACILITIES ON SHARIA BANK PREFERENCES WITH ATTITUDE AS INTERVENING VARIABLES

Abdul Jalal^{1a}, Ahmad Perdana Indra²

¹Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. I. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

²Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. I. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20371

^aKorespondensi E-mail: gamalfams16@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh pengetahuan generasi z, persepsi, dan fasilitas perbankan syariah terhadap preferensi pada bank syariah dengan sikap sebagai variabel intervening. Jenis penelitian ini adalah jenis kuantitatif. Sumber data dari penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu generasi z yang ada di Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara yang beralamat di Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Teknik Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik non probability sampling terhadap 99 orang responden. Penelitian menggunakan metode analisis jalur. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) variabel pengetahuan berpengaruh terhadap variabel preferensi, 2) variabel persepsi berpengaruh terhadap preferensi, 3) variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap preferensi, 4) variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap variabel sikap, 5) variabel persepsi berpengaruh terhadap sikap, 6) variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap variabel sikap, 7) variabel preferensi berpengaruh terhadap sikap, 8) variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap sikap melalui preferensi, 9) variabel persepsi berpengaruh terhadap variabel sikap melalui variabel preferensi, 10) variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap sikap melalui variabel preferensi

Kata kunci: Fasilitas, Pengetahuan Generasi Z, Persepsi, Preferensi, Sikap.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of generation z, perceptions, and banking facilities on the preferences of Islamic banks with attitude as an intervention variable. This type of research is a quantitative type. The data source of this research is primary data that comes from the sample, namely generation z at the State Islamic University (UIN) of North Sumatra, which is located at Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Deli Serdang Regency, North variable has no effect on the attitude variable, 5) the perception variable has an effect on the Sumatra. Techniques Data collection is done by using a non-probability sampling technique of 99 respondents. This research uses path analysis method. The results of this study indicate that 1) the knowledge variable has an effect on the preference variable. 2) the perception variable has an effect on preferences, 3) the facility variable has no effect on the preference, 4) the knowledge attitude, 6) the facility variable has no effect on the attitude variable, 7) the preference variable has an effect on attitude, 8) knowledge variable has no

effect on attitude through preference, 9) perception variable affects attitude variable through preference variable, 10) facility variable has no effect on attitude through preference variable

Keywords: Attitudes, Facilities, Generation Z Knowledge, Perceptions, Preferences.

Jalal, A., & Indra, A, P. 2022. Pengaruh Pengetahuan Generasi Z, Persepsi Dan Fasilitas Terhadap Preferensi Pada Bank Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. NISBAH: Jurnal Perbankan Syariah 8 (2). 115-126.

PENDAHULUAN

Lembaga perbankan adalah lembaga keuangan yang bertindak sebagai perantara antara pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Perkembangan lembaga perbankan syariah saat ini sudah mulai banyak digunakan, terbukti dengan pertumbuhan jaringan kantor bank syariah di Indonesia setiap tahunnya. Indonesia yang mayoritas beragama Islam memiliki generasi Z yang lahir antara tahun 1995 hingga 2012 (7 tahun hingga 24 tahun) yang telah menjadi penabung tetap di perbankan syariah seiring dengan berkembangnya pengetahuan, persepsi, fasilitas, dan sikap mereka.

Objek penelitian ini generasi Z yang termasuk ke dalam kategori mahasiswa UINSU yang memiliki pengetahuan terhadap Bank Syariah mulai dari mengenal logo Bank Syariah sampai sistem operasional Bank Syariah sangat penting untuk terciptanya preferensi pada Bank Syariah. Setelah generasi Z mengetahui serta mengenal bank syariah mulai dari logo bank syariah sampai sistem operasional bank syariah, maka generasi Z akan memiliki persepsi yang merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui indera atau juga disebut proses sensoris, namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya merupakan proses persepsi, maka dalam proses persepsi orang yang dipersepsi akan dapat mempengaruhi pada orang yang mempersepsi (Walgito, 2010, p.99).

Dengan persepsi, seseorang cenderung percaya menurut pemahamannya tentang situasi, karena

setiap orang melihat dunia dengan caranya sendiri yang unik, yang mempengaruhi individu, dan ada persepsi bank syariah dengan pengetahuan bank syariah. Fasilitas juga penting karena berhubungan langsung dengan perasaan pelanggan (Tjiptono, 2014, p.317). Dengan fasilitas yang dapat mempermudah, mempercepat, tertata dengan baik, dan mengikuti perkembangan teknologi terkini akan semakin memanjakan nasabah yang membuatnya merasa nyaman, sehingga dengan fasilitas seperti itu calon nasabah akan lebih memilih bank syariah. Preferensi ini dibentuk oleh persepsi konsumen terhadap produk; persepsi yang telah menetap dan tertanam dalam pikiran akan menjadi preferensi. Preferensi konsumen akan menjadi krusial bagi perusahaan. Preferensi bank syariah muncul ketika ada pengetahuan tentang bank syariah, serta persepsi bank syariah setelah mereka memiliki pengetahuan tentang bank syariah tersebut, dan dengan fasilitas pendukung, dan disinilah ada sikap terhadap preferensi pada bank syariah, karena sikap adalah istilah yang mencerminkan perasaan senang, tidak senang, atau perasaan biasa-biasa saja (netral) seseorang terhadap sesuatu.

Oleh karena penulis tertarik untuk mengangkat judul tentang pengetahuan Generasi Z, Persepsi, dan Fasilitas Terhadap Preferensi Pada Bank Syariah dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh pengetahuan generasi Z, persepsi, dan fasilitas perbankan syariah terhadap preferensi pada bank syariah dengan sikap sebagai variabel intervening.

MATERI DAN METODE

Pengetahuan Generasi Z

Dalam Kamus Besar Indonesia (KBBI) pengetahuan memiliki makna yaitu segala sesuatu yang diketahui, kepandaian, atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). ketika masyarakat memiliki pengetahuan lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan, ia akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi dan mampu *merecall* informasi dengan baik (Suwarman, 2011, p.147).

Generasi adalah sekelompok orang yang berbagi tahun kelahiran, usia, lokasi, dan pengalaman yang sama atau peristiwa sejarah yang memiliki dampak signifikan pada fase pertumbuhan mereka. Generasi Z lahir antara tahun 1995 dan 2012 (7 tahun hingga 24 tahun), dan mereka lahir pada saat teknologi digital berkembang pesat (Stillman, 2018, p.1). Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan generasi Z adalah sesuatu yang diketahui seseorang yang lahir antara tahun 1995 dan 2000 (generasi z) tentang suatu subjek setelah mendapatkan pengetahuan yang lebih banyak sehingga dia dapat mengambil keputusan dan mengolah pengetahuan tersebut menjadi informasi yang berguna. bagus. Generasi adalah sekelompok orang yang berbagi tahun kelahiran, usia, lokasi, dan pengalaman yang sama atau peristiwa sejarah yang memiliki dampak signifikan pada fase pertumbuhan mereka. Generasi Z lahir antara tahun 1995 dan 2012 (7 tahun hingga 24 tahun), dan mereka lahir pada saat teknologi digital berkembang pesat (Stillman, 2018, p.1). Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan generasi Z adalah sesuatu yang diketahui seseorang yang lahir antara tahun 1995 dan 2000 (generasi z) tentang suatu subjek setelah mendapatkan pengetahuan yang lebih banyak sehingga dia dapat mengambil keputusan dan mengolah pengetahuan tersebut menjadi informasi yang berguna.

Dimensi pengetahuan generasi Z menurut (Krathwohl, 2010, p.46) terdiri dari: pengetahuan faktual berdasarkan

fakta di lapangan, pengetahuan konseptual berdasarkan konsep yang berkembang, pengetahuan prosedural dalam melakukan sesuatu, dan pengetahuan metakognitif, yaitu didefinisikan sebagai pengetahuan tentang kesadaran secara umum. serta kesadaran akan kesadaran pribadinya sendiri. Pendidikan, lingkungan, pengalaman, dan usia semuanya dapat dipengaruhi oleh pengetahuan seseorang atau pelanggan.

Persepsi

Menurut Slamet (2010), persepsi adalah suatu proses yang melibatkan masuknya pesan atau informasi ke dalam otak manusia. Melalui persepsi, manusia mempertahankan kontak konstan dengan lingkungannya, yang dicapai melalui indera penglihatan, sentuhan, dan rasa. Akibatnya, persepsi dapat diartikan sebagai suatu proses pemilihan, pengorganisasian, dan penerjemahan informasi yang diterima melalui panca indera manusia setelah diketahuinya, guna menghasilkan suatu makna yang telah diterima ke dalam otak manusia melalui indranya. Proses pembentukan persepsi biasanya bergantung pada objek yang menjadi fokus pandangan, dan orang yang berbeda dapat memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama. Hal ini dipengaruhi oleh: (1) Perhatian Selektif dalam arti orang mengalami sangat banyak rangsangan setiap hari akan membentuk persepsi orang tersebut terhadap sesuatu. (2) Distorsi Selektif diartikan sebagai Menafsirkan informasi sehingga sesuai dengan prakonsepsi orang yang ada. (3) Ingatan Selektif diartikan adanya ingatan selektif, orang akan cenderung mengingat hal-hal baik yang disebutkan terhadap obyek yang ada. Persepsi dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal sebagai berikut:

a. Faktor internal

- 1) Fisiologis. Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh ini akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk mempersepsi pada tiap

orang berbeda-beda sehingga interpretasi terhadap lingkungan juga dapat berbeda.

- 2) Perhatian Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas mental yang ada pada suatu objek.
 - 3) Minat. Persepsi terhadap suatu objek bervariasi tergantung pada beberapa banyak energi atau *perceptual vigilance* yang digerakkan untuk mempersepsi.
 - 4) Kebutuhan yang Searah. Faktor ini dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seseorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.
 - 5) Pengalaman dan Ingatan. Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui suatu rangsang dalam pengertian luas.
 - 6) Suasana Hati. Kejadian emosi mempengaruhi perilaku seseorang, hal ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi, dan mengingat
- b. Faktor eksternal
- 1) Ukuran dan Penetapan Dari Obyek Stimulus. Faktor ini menyatakan bahwa semakin besarnya hubungan suatu obyek, maka semakin mudah dipahami.
 - 2) Warna dari Obyek-obyek. Obyek-obyek yang mempengaruhi cahaya lebih banyak, akan lebih mudah dipahami dibandingkan dengan yang sedikit.
 - 3) Keunikan dan Kekontrasan Stimulus. Stimulus luar yang penampilannya dengan latar belakang dan sekelilingnya yang sama sekali diluar sangkaan individu

yang lain akan banyak menarik perhatian.

- 4) Intensitas dan Kekuatan Dari Stimulus. Stimulus dari luar akan memberikan makna lebih sering diperhatikan dibandingkan dengan yang hanya sekali dilihat. Kekuatan dari stimulus merupakan daya dari suatu obyek yang dapat mempengaruhi persepsi.
- 5) Motion atau Gerakan. Individu akan banyak memberikan perhatian terhadap obyek yang memberikan gerakan dalam jangkauan pandangan dibandingkan obyek yang lain.

Fasilitas

Sedangkan Subroto (2010, p.22) mendefinisikan fasilitas sebagai “segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha, baik berupa barang maupun uang”. Dapat juga disimpulkan bahwa fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada, serta kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior, kelengkapan fasilitas, dan kebersihan fasilitas, semua itu harus diperhatikan untuk memperlancar dan memudahkan. bagi konsumen untuk melakukan pekerjaan guna mencapai suatu tujuan, sehingga konsumen merasa tertarik dan ingin menyimpan uangnya di bank, serta merasa puas dengan fasilitas yang memadai. Menurut (Tjiptono, 2015, p.43), fasilitas adalah pelayanan yang diberikan oleh produsen kepada pelanggan dalam rangka memberikan kemudahan dan kelancaran. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi dalam fasilitas jasa antara lain:

- a. Sifat dan Tujuan Organisasi Jasa. Sifat suatu jasa seringkali menentukan berbagai persyaratandesainnya fasilitas.
- b. Ketersediaan Tanah. Setiap bank syariah yang membutuhkan tanah untuk mendirikan lokasi fasilitasnya perlu memperhatikan kemampuan finansialnya, peraturan pemerintah berkaitan dengan kepemilikan tanah, dan lain-lain.

- c. *Fleksibilitas*. *Fleksibilitas* desain sangat dibutuhkan apabila volume permintaan sering berubah, dan apabila spesifikasi jasa cepat berkembang, sehingga resiko keuangan menjadi besar.
 - d. Faktor Estetis. Fasilitas jasa yang tertata secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa.
 - e. Masyarakat dan Lingkungan Sekitar. Masyarakat terutama pemerhati masalah sosial, lingkungan hidup dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peranan penting dan berpengaruh besar terhadap perusahaan.
- c. Kepentingan. Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhandan keinginan masing-masing, karena konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam menilai atribut yang memiliki tingkat kepentingan tertinggi
 - d. Kepercayaan. Konsumen akan mengembangkan sejumlah kepercayaan mengenai letak produk pada setiap atribut, yang biasa disebut dengan *brand image*.

Preferensi

Preferensi, menurut (Frank, 2011, p.5), adalah proses pemeringkatan semua hal yang dapat dikonsumsi untuk mendapatkan preferensi terhadap suatu produk atau jasa. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai selera subyektif (individu), yang diukur dengan utilitas, dari sekumpulan berbagai barang yang mereka berikan kepada konsumen yang harus diperhatikan adalah preferensi yang tidak bergantung pada pendapatan dan harga (Indarto, 2011, p.11). Preferensi juga dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menyukai produk tertentu. Preferensi adalah suatu sifat atau keinginan untuk memilih yang memiliki arti pilihan atau memilih. Istilah preferensi digunakan untuk menggantikan kata preferensi dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Adapun faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen, yaitu:

- a. Pengalaman. Pengalaman konsumen terhadap produk dapat memberikan penilaian terhadap suatu produk tersebut, serta dapat menciptakan suatu kepuasan terhadap atribut produk jika memiliki penilaian yang tinggi terhadap produk.
- b. Atribut. Konsumen diasumsikan untuk melihat produk sebagai sekumpulan atribut, karena setiap konsumen memiliki persepsi yang berbeda mengenai atribut yang relevan dengan kepentingan masing-masing.

Sikap

Menurut (Schifman dan Kanuk dalam Simamora, 2012, p.152), sikap adalah ekspresi perasaan (Inner Feeling), dan itu mencerminkan apakah seseorang bahagia atau tidak bahagia, menyukai atau tidak menyukai sesuatu, dan setuju atau tidak setuju dengan hal itu. Menurut (Azwar, 2010, p.3), sikap adalah reaksi atau tanggapan yang muncul dari individu seseorang terhadap suatu objek, yang kemudian mengarah pada perilaku individu terhadap objek tersebut dengan cara tertentu. Akibatnya, sikap adalah ekspresi perasaan seseorang yang cenderung menanggapi suatu objek kesenangan atau ketidaksenangan, suka atau tidak suka, dan secara konsisten setuju atau tidak setuju, yang mencerminkan perasaan seseorang terhadap sesuatu..

Menurut (Azwar, 2013, p.17) ada beberapa faktor yang mempengaruhi sikap yaitu:

- a. Pengalaman Pribadi.
- b. Pengaruh Orang Lain yang Dianggap Penting.
- c. Kebudayaan dan Media Masa.
- d. Pendidikan dan Pengetahuan.
- e. Pengaruh Faktor Emosional.

Jenis penelitian ini adalah jenis kuantitatif. Sumber data dari penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu generasi z yang ada di Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara yang beralamat di Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Teknik Dalam penelitian ini, peneliti

berharap dapat melakukan survei dan penelitian di tingkat universitas untuk memprediksi dan menganalisis pengetahuan Generasi Z tentang bank syariah, persepsi Generasi Z tentang bank syariah, dan apakah Generasi Z mengetahui fasilitas yang disediakan oleh bank syariah. serta bagaimana perasaan generasi Z tentang preferensi di bank pelajar Islam. Metode analisis jalur digunakan untuk mengumpulkan data dari 99 responden dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik non-probability sampling. Karena jumlah populasi di UINSU tidak diketahui dalam penelitian ini, maka penentuan sampel menggunakan rumus Anderson (2010) sebagai berikut.:

$$N = \left\{ \frac{((Z_{\alpha/2}) \cdot \sigma)}{e} \right\}^2$$

- n= Besarnya Sampel
- Z α = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 1,96 dengan tingkat kepercayaan 95%
- σ = Standar Deviasi Populasi
- e= Tingkat kesalahan atau kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi

Dengan menggunakan rumus Anderson tersebut, maka diperoleh jumlah sampel minimum adalah 99 orang. Dengan demikian peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random yang akan peneliti ambil sebesar 99 orang.

No	Pernyataan	rHitung	rTabel	Ket
1	X1.1	0,674	0,441	Valid
2	X1.2	0,868	0,441	Valid
3	X1.3	0,691	0,441	Valid
4	X1.4	0,664	0,441	Valid
5	X1.5	0,676	0,441	Valid
6	X1.6	0,641	0,441	Valid

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Responden pada penelitian ini adalah Generasi Z yang termasuk ke dalam kategori mahasiswa di UINSU. Sampel

untuk penelitian ini sebanyak 99. Berikut ini adalah profile dari 99 responden tersebut. Pengumpulan data melalui kuesioner berdasarkan jenis kelamin pada 99 responden, diperoleh hasil yang tersaji pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Perc ent	Valid Perce nt	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	43	43,0	43,0
	Perempuan	56	56,0	100,0
Total		99	100,0	

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa jenis kelamin dari 99 responden yang berada di UINSU., dominasi perempuan 56 atau 56% responden. Dan jenis kelamin laki-laki dengan 43% atau 43 responden. Grafik berikut dapat memperjelas jumlah responden berdasarkan jenis kelamin pada 99 responden.

Uji Kualitas Data Uji Validitas

Penghitungan uji validitas ini menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS). Setelah r hitung diperoleh, kemudian dibandingkan dengan r tabel dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0.05$ dengan $df = n-2$ ($20-2 = 18$).

Jika dilihat dalam nilai-nilai r *Product Moment*, r tabel = 0,441.

- a. Variabel Pengetahuan Generasi Z (X1) pada Hasil Uji Validitas
Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

- b. Variabel Persepsi (X2) pada Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	rH itung	rTab el	Ket
1	X2.1	0,681	0,441	Valid
2	X2.2	0,835	0,441	Valid
3	X2.3	0,819	0,441	Valid
4	X2.4	0,719	0,441	Valid

5	X2.5	0,796	0,441	Valid
6	X2.6	0,835	0,441	Valid
7	X2.7	0,809	0,441	Valid
8	X2.8	0,856	0,441	Valid
9	X2.9	0,791	0,441	Valid

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

c. Variabel Fasilitas (X3) pada Hasil Uji Validitas

No	Pernyataan	r _{Hitung}	r _{Tab el}	Ket
1	X3.1	0,909	0,441	Valid
2	X3.2	0,947	0,441	Valid

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

d. Variabel Preferensi Pada Bank Syariah (Y) pada Hasil Uji Validitas

No.	Pernyataan	r _{Hitung}	r _{Tab el}	Ket
1.	Y.1	0,923	0,441	Valid
2.	Y.2	0,870	0,441	Valid
3.	Y.3	0,858	0,441	Valid
4.	Y.4	0,869	0,441	Valid
5.	Y.5	0,822	0,441	Valid
6.	Y.6	0,816	0,441	Valid

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

e. Sikap (Z) pada Hasil Uji Validitas

No.	Pernyataan	r _{Hitu ng}	r _{Tabel}	Ket
1.	Z.1	0,787	0,441	Valid
2.	Z.2	0,811	0,441	Valid
3.	Z.3	0,736	0,441	Valid
4.	Z.4	0,718	0,441	Valid
5.	Z.5	0,903	0,441	Valid
6.	Z.6	0,875	0,441	Valid
7.	Z.7	0,839	0,441	Valid

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Uji Reliabilitas

Tabel 1.2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Ket
1	Pengetahuan Generasi Z (X1)	0,776	Reliable
2	Persepsi (X2)	0,924	Reliable
3	Fasilitas Perbankan Syariah (X3)	0,826	Reliable
4	Preferensi Pada Bank Syariah (Y)	0,928	Reliable
5	Sikap (Z)	0,908	Reliable

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1.3 Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,73609504
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,081
	Negative	-,067
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,100 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Berdasarkan tabel di atas pada uji normalitas hasil pengujian menunjukkan bahwa tingkat signifikansi residual sebesar 0,100 yang lebih besar dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi data normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 1. 4 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
pengetahuan generasi Z	,565	1,771
Persepsi	,321	3,112
Fasilitas	,640	1,563

Dependent Variable: Preferensi

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Berdasarkan tabel diatas pada uji multikolonieritas Variance Inflation Factor (VIF) pada hasil output SPSS tabel coefficients, masing-masing variabel independen memiliki VIF <10 dan nilai Tolerance ≥ 0,10. Maka dapat dinyatakan tidak terdapat multikolinieritas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 1.5 Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		S.Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	Std.		
1	(Constant)	2,893	1,402		2,063	,042
	Pengetahuan	-,040	,066	-,082	-,610	,543
	persepsi	-,082	,064	-,228	-1,283	,202
	fasilitas	-,056	,175	-,041	-,322	,748
	preferensi	,137	,086	,277	1,590	,115

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Berdasarkan hasil tabel diatas dari ketiga variabel independen (pengetahuan generasi Z, persepsi, dan fasilitas diperoleh hasil nilai Sig. >5%. Karena nilai Sig. >5% maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

**Analisis Jalur (Path Analysis)
Koefisien Korelasi**

Tabel 1.6 Hasil Uji Koefisien Korelasi

		Pengetahuan Generasi Z	Persepsi	Fasilitas	Preferensi	Sikap
Pengetahuan Generasi Z	Pearson Correlation	1	.613**	.474**	.617**	.585**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Persepsi	Pearson Correlation	.613**	1	.573**	.796**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Fasilitas	Pearson Correlation	.474**	.573**	1	.534**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
Preferensi	Pearson Correlation	.617**	.796**	.534**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
Sikap	Pearson Correlation	.585**	.744**	.461**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS dapat diketahui bahwa terdapat lima hubungan yang dikategorikan memiliki hubungan korelasi yang kuat dan ada satu hubungan dikategorikan memiliki hubungan yang sangat kuat. Dan nilai signifikansi semua hubungan yaitu 0,00 atau lebih kecil dibanding nilai toleransi yang ditetapkan yaitu 0,05.

Koefisien Determinasi

Tabel 1. 7 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802	.643	.628	2,793

Predictors: (Constant), fasilitas, pengetahuan, persepsi

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Pada tabel , di dapat model analisis jalur dengan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,802. Nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,643 (66,5%). Nilai *R Square* sebesar 64,3% ini menunjukkan bahwa pengaruh pengetahuan generasi Z, persepsi, fasilitas perbankan syariah dan preferensi pada bank syariah terhadap sikap secara gabungan adalah 64,3% sedangkan sisanya sebesar 0,357 atau sebesar 33,7% (100% - 64,3%) adalah kemungkinan terdapat aspek-aspek lain yang memiliki pengaruh terhadap preferensi.

Probabilitas variabel sikap pada bank syariah dapat dijelaskan sebesar 64,3% dengan variabel pengetahuan generasi Z, persepsi, fasilitas perbankan syariah dan preferensi pada bank syariah.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel 1. 8 Analisis Varian Struktur I

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	1009,781	3	336,594	63,467	.000 ^b
	Residual	509,129	96	5,303		
	Total	1518,910	99			

Dependent Variable: preferensi

Predictors: (Constant), fasilitas, pengetahuan, persepsi

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Pada tabel didapatkan hasil F-hitung sebesar 63,467 dengan probabilitas 0,000 F-tabel dengan level signifikansi 0,05, *degree of freedom* (df): $df_1 = (\text{jumlah variabel} - 1) = 5 - 1 = 4$, $df_2 = n - k = 99 - 5 = 90$, Maka F-tabel = 2,41. Hasilnya adalah F-hitung (63,467) > F-tabel (2,41) dan dengan hasil ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa variabel pengetahuan generasi Z, persepsi, fasilitas, dan preferensi pada bank syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi.

Tabel 1. 9 Analisis Varian Struktur II

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regresi	1333,425	4	333,356	42,730	.000 ^b
	Residual	741,135	95	7,801		

Total	2074,560	99
-------	----------	----

Dependent Variable: sikap
 Predictors: (Constant), preferensi, fasilitas, pengetahuan, persepsi
 Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Pada tabel didapatkan hasil F-hitung sebesar 42,730 dengan probabilitas 0,000 F-tabel dengan level signifikansi 0,05, *degree of freedom* (df): $df_1 = (\text{jumlah variabel}-1) = 5-1 = 4$, $df_2 = n- k = 99-5 = 90$, Maka F-tabel = 2,41. Hasilnya adalah F-hitung (42,730) > F-tabel (2,41) dan dengan hasil ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Ini berarti bahwa variabel pengetahuan generasi Z, persepsi, fasilitas, dan preferensi pada bank syariah secara simultan berpengaruh signifikan terhadap sikap.

Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Tabel 1. 10 Hasil Uji t Struktur I

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1,545	1,659		,931	,354
Pengetahuan Generasi Z	,191	,076	,191	2,502	,014
Persepsi	,460	,060	,632	7,726	,000
Fasilitas	,231	,207	,082	1,114	,268
Preferensi	1,545	1,659		,931	,354

Dependent Variable: preferensi
 Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Pada tabel nilai t-hitung adalah 2,502 dengan probabilitas 0,014. t-tabel dengan signifikansi level 0,05 dan *degree of freedom* (df) untuk $df = n-2$ atau $99-2 = 97$ maka t-tabel adalah 1,984. Hasilnya adalah t-hitung (2,502) > t-tabel 1,984. Maka dapat disimpulkan, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan generasi z, persepsi, fasilitas, dan preferensi pada bank syariah terhadap sikap.

Tabel 1.11 Uji t Persamaan Struktur I Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, dan Fasilitas Terhadap Preferensi Pada Bank Syariah

No	Hipotesis	Analisis Jalur	t-hitung	t- tabel	Hasil
1.	$px_1y G 0$	$px_1y = 0,191$	2,502	1,984	Ho ditolak Ha diterima
2.	$px_2y G 0$	$px_2y = 0,632$	7,726	1,984	Ho ditolak Ha diterima
3.	$px_3y G 0$	$px_3y = 0,082$	1,114	1,984	Ho diterima Ha ditolak

Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Persamaan dari analisis jalur struktur I ialah:

$$Y = px_1yX_1 + px_2yX_2 + px_3yX_3 + \epsilon$$

$$Y = 0,191X_1 + 0,632 + 0,082 + 0,578$$

Angka residu didapat dari $\sqrt{1 - RSquare}$, $\sqrt{1 - 0,665} = 0,578$

Tabel 1. 12 Hasil Uji t Struktur II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,565	2,021		1,269	,207
Pengetahuan	,142	,095	,122	1,491	,139
Persepsi	,286	,092	,336	3,107	,002
Fasilitas	-,068	,253	-,021	-,270	,788
Preferensi	,506	,124	,433	4,088	,000

Dependent Variable: sikap
 Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

Pada tabel nilai t-hitung adalah 1,491 dengan probabilitas 0,139. t-tabel dengan signifikansi level 0,05 dan *degree of freedom* (df) untuk $df = n-2$ atau $99-2 = 97$ maka t-tabel adalah 1,984. Hasilnya adalah t-hitung (1,491) < t-tabel 1,984. Maka dapat disimpulkan, H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa terdapat tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap sikap.

Tabel 1.13 Uji t Persamaan Struktur II Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, dan Fasilitas Terhadap Sikap

Hipotesis	Analisis Jalur	t-hitung	t- tabel	Hasil
$px_1Z G 0$	$px_1Z = 0,122$	1,491	1,984	Ho diterima Ha ditolak
$px_2Z G 0$	$px_2Z = 0,336$	3,107	1,984	Ho ditolak Ha diterima
$px_3Z G 0$	$px_3Z = -0,021$	-0,270	1,984	Ho diterima Ha ditolak
$pyzYG 0$	$px_3Z = 0,433$	4,088	1,984	Ho ditolak Ha diterima

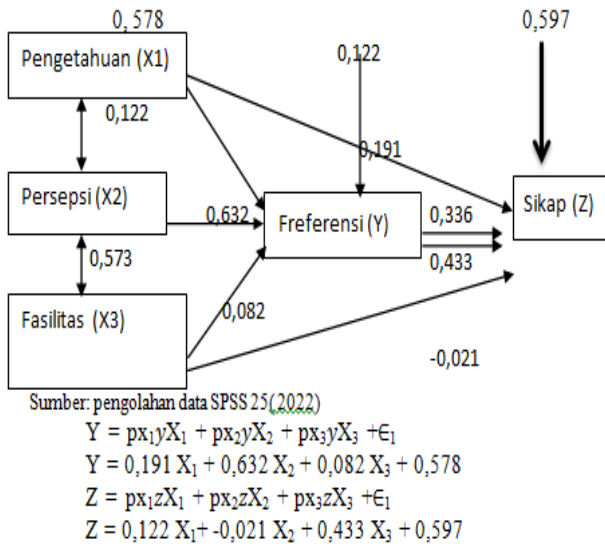
Sumber: pengolahan data SPSS 25(2022)

$$Z = px_1zX_1 + px_2zX_2 + px_3zX_3 + py_1zY_1 \in_1$$

$$Z = 0,122X_1 + 0,336 + 0,021 + 0,433 + 0,597$$

Angka residu didapat dari $\sqrt{1 - RSquare}$, $\sqrt{1 - 0,643} = 0,597$

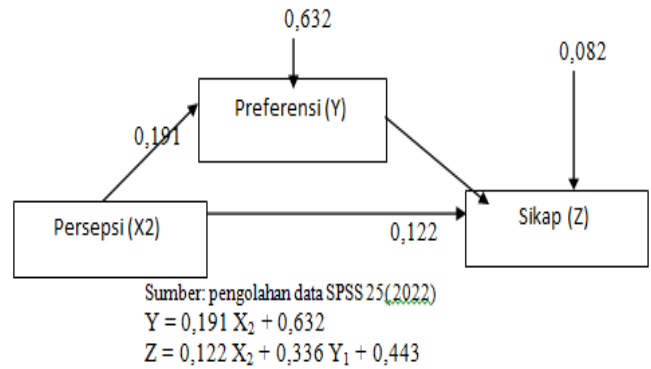
Diagram Analisis Jalur Struktur II Sebelum Trimming



Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui terdapat dua buah persamaan analisis jalur yaitu sebagai berikut:

- Variabel pengetahuan memiliki keterkaitan dengan persepsi dan fasilitas, pengetahuan dan persepsi dapat mempengaruhi preferensi secara parsial simultan.
- Variabel pengetahuan tidak dapat mempengaruhi sikap secara langsung, namun berpengaruh secara simultan dengan persepsi, dan persepsi memiliki pengaruh terhadap sikap yang dimediasi oleh preferensi.

Diagram Jalur Struktur II Sesudah Trimming



Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui terdapat dua buah persamaan analisis jalur sebagai berikut:

- Persepsi (X2) merupakan variabel eksogen yang satu dengan yang lainnya mempunyai kaitan korelatif secara bersama-sama mempengaruhi variabel endogen Preferensi (Y)
- Persepsi (X2) merupakan variabel eksogen mempunyai kaitan korelatif yang mempengaruhi variabel endogen sikap (Z) melalui variabel perantara preferensi (Y).

Berdasarkan pengujian hipotesis hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan generasi z, persepsi dan fasilitas terhadap preferensi pada bank syariah dengan sikap akan dijabarkan sebagai berikut:

- Pengaruh hubungan antara pengetahuan generasi z terhadap preferensi pada bank syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh nilai signifikansinya $0,014 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap preferensi.
- Pengaruh hubungan antara persepsi terhadap preferensi pada bank syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan, bahwa terdapat

- pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi terhadap preferensi.
- c. Pengaruh hubungan antara fasilitas terhadap preferensi pada bank syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh nilai signifikansinya $0,268 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dapat disimpulkan, bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel fasilitas terhadap preferensi.
- d. Pengaruh hubungan pengetahuan generasi z terhadap sikap Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh nilai signifikansinya $0,139 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dapat disimpulkan, bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pengetahuan terhadap sikap.
- e. Pengaruh hubungan persepsi terhadap sikap. Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh nilai signifikansinya $0,002 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi terhadap sikap.
- f. Pengaruh hubungan fasilitas perbankan syariah terhadap sikap Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh nilai signifikansinya $0,788 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dapat disimpulkan, bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel fasilitas terhadap sikap.
- g. Pengaruh hubungan preferensi pada bank syariah terhadap sikap Berdasarkan hasil uji hipotesis di atas diperoleh nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel preferensiterhadap sikap.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan langsung antara pengetahuan generasi Z dengan preferensi bank syariah.
2. Di bank syariah, persepsi dan preferensi memiliki pengaruh langsung.
3. Di bank syariah, tidak ada hubungan langsung antara fasilitas dan preferensi.
4. Tidak ada hubungan yang jelas antara pengetahuan dan sikap generasi Z.
5. Persepsi dan sikap memiliki hubungan langsung.
6. Tidak ada korelasi antara fasilitas dan sikap.
7. Preferensi bank syariah berpengaruh langsung terhadap sikap.
8. Tidak terdapat pengaruh tidak langsung pengetahuan generasi Z terhadap sikap pada bank syariah melalui preferensi.
9. Preferensi pada bank syariah memiliki pengaruh tidak langsung terhadap persepsi sikap.
10. Tidak terdapat pengaruh secara tidak langsung antara fasilitas terhadap sikap melalui preferensi pada bank syariah

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, L.W dan Krathwol D.R. (2010). *Kerangka Landasan Untuk Pembelajaran, Pengajaran dan Asesmen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar S. (2010). *Sikap Manusia Teori dan pengukurannya*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bilson Simamora. (2013). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indarto R.P. (2011). *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bundling Kartu GSM dengan Smartphone*, Jakarta: FE UI Jakarta Pustaka Utama.

- Khoirunnisa, Aziz, I. A., & Brawijaya, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Bank Konvensional Pro Aktif Menggunakan Rekening Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah Di Wilayah Belitung). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1).
- Rahmawati, Yuke. 2019. *Lembaga Keuangan Mikro Syariah*. Tangerang Selatan: UIN JAKARTA PRESS
- Slamet. (2010). *Belajar dan Faktor Yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Stillman, David dan Stillman Jonah. (2018). *Generasi Z*, Jakarta: PT Gramedia
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suwarman, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Walgito Bimo. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*, Yogyakarta: Andi Offset.