

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP
MINAT GENERASI-Z DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN
MOBILE BANKING DI DESA KOTOMAJIDIN MUDIK**

SKRIPSI



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA NEGERI KERINCI

2025 M/1446 H

**PENGARUH *LIFESTYLE* DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP
MINAT GENERASI-Z DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN
MOBILE BANKING DI DESA KOTO MAJIDIN MUDIK**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)*

**OLEH :
DELTA ZENY 2110401012**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
K E R I N C I
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

INSTITUT AGAMA NEGERI KERINCI

2025 M/1446 H

Alex Wissalam Bustami, M.E.Sy
DOSEN IAIN KERINCI

Sungai Penuh, Februari 2025
Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Kerinci

di-

Sungai Penuh

NOTA DINAS

| | |
|---------------|---|
| AGENDA | |
| NOMOR : | 16 |
| TANGGAL : | 10 MARET 2025 |
| PARAF : |  |

Assalamu'alaikum wr. wb

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara **DELTA ZENY, NIM: 2010401012**, yang berjudul "**PENGARUH LIFESTYLE DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP GENERASI Z DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING DI DESA KOTOMAJIDIN MUDIK**", dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Maka dengan ini kami ajukan Skripsi tersebut, kiranya diterima dengan baik.

Demikian, kami ucapkan terima kasih semoga bermanfaat bagi Agama, Bangsa, dan Negara.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Dosen Pembimbing



Alex Wissalam Bustami, M.E.Sy
NIP.19900602 201903 1 014

SURAT PERNYATAAN

Saya Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Delta zeny
NIM : 2110401012
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)
Alamat : Desa Koto Majidin Mudik, Kec. Air Hangat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul: **“PENGARUH *LIFESTYLE* DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT GENERASI-Z DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANGKING DI DESA KOTOMAJIDIN MUDIK”**. karya tulis ini murni gagasan dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan nama pengarangnya serta dicantumkan dalam daftar rujukan.

Apabila kemudian hari terdapat kekeliruan dan ketidakbenaran pernyataan ini, hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Sungai Penuh, Februari 2025

Yang menyatakan ,

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

K E R I N I DELTA ZENY
NIM. 2110401012

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

-Q.S AL-Baqarah: 286

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.”

“Apapun yang terjadi di kehidupanmu, kamu harus tetap berjuang menyelesaikan pendidikanmu”(Alm. Ibu)

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir kedunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya.”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil alaamiin Dengan ridha Allah SWT

Karya dan keberhasilan ini ku persembahkan kepada ayahku dan Almarhumah ibuku tercinta yang sangat aku sayangi.

Terimakasih atas kasih sayang yang tiada tara yang selalu ibu berikan kepadaku dan terimakasih kepada ayah dan Almarhumah ibuku yang selalu memberi dorongan dan support, berjuang dan berkorban tanpa mengenal lelah demi diriku, semoga hasil karya ini bisa membayar sedikit rasa penatmu.

Terimakasih kepada teman seperjuanganku yana dan mey yang rela mengorbankan tenaga dan waktu demi menemaniku dalam proses penyelesaian karya ini.

Terimakasih kepada teman teman yang selalu memberi dorongan dan support.

ABSTRAK

Delta zeny, NIM 2110401012 Pengaruh *Lifestyle* Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi-Z Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Desa Koto majidin Mudik.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui bagaimana *Lifestyle* dan lingkungan sosial dalam mempengaruhi minat generasi-Z dalam menggunakan *mobile banking* di desa Kotomajidin Mudik.

Penulis menggunakan penelitian lapangan dengan metode penelitian kuantitatif. Alat pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi dan kuesioner, dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X1 atau variabel *lifestyle* dan variabel x2 atau variabel lingkungan sosial berpengaruh kuat terhadap variabel Y atau variabel minat generasi z. Hal ini ditandai dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $67,799 > 3,14$ dan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak Dimana artinya *lifestyle* dan lingkungan social secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat generasi-z dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan output tersebut ditunjukkan nilai determinan Adjusted R diketahui besarnya pengaruh *lifestyle* (X1) dan lingkungan sosial (X2) secara Bersama-sama terhadap minat generasi-z menggunakan (Y) dapat dilihat dari nilai R^2 sebesar 0,673 jika dipersentasekan menjadi 67,3%.

Kata Kunci : *lifestyle*, lingkungan sosial, minat generasi z, *mobile banking*.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
K E R I N C I

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur kehadirat Allah atas segala limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian yang berjudul ***“Pengaruh Lifestyle Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi-Z Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Desa Kotomajidin Mudik”***. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kerinci.

Penulis juga menyadari bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin agar penyusunan proposal skripsi ini berhasil dengan sebaik-baiknya sehingga dapat diterima dan disetujui pada saat sidang seminar proposal skripsi.

Bersama ini pula dengan segala kerendahan hati, penulis menghantarkan banyak terimakasih kepada pihak yang mendukung

1. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci Bapak Dr. H. Asa'ari, M.Ag beserta wakil rektor I, II, III baik langsung maupun tidak langsung telah ikut dalam mewujudkan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Bapak Dr. Eka Putra, SH, M.PdI beserta wakil Dekan I, II, III yang telah memberikan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ketua Jurusan Ilmu Syariah, M.A dan Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Bapak Zul Ihsan Mu'arrif, M.E yang juga turut membantu dalam proses awal penulisan skripsi ini.
4. Pembimbing Bapak Alex Wissalam Bustami, M.E.Sy yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan dan saran yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Eka Putra, SH, M.PdI selaku Penasehat Akademik (PA), yang telah memberikan bimbingan dan masukan selama penulis menjalani perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.
6. Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama penulis melaksanakan perkuliahan di IAIN Kerinci.
7. Kepala bagian Administrasi dan seluruh stafnya, serta seluruh civitas akademik Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci yang telah ikut memberikan bantuan administrasi dalam proses penyelesaian skripsi.
8. Kepala perpustakaan beserta staf karyawan dan karyawan yang telah memfasilitasi penulis mendapatkan referensi dalam penyelesaian skripsi.
9. Generasi-z Desa Koto Majidin yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian skripsi ini.
10. Serta rekan-rekan dari pihak lain yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis.

Semoga segala bimbingan bantuan Bapak/Ibu dan rekan-rekan berikan menjadi amal kebaikan dan mendapatkan pahala yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Kerinci, Januari 2025
Penulis

IAIN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI
DELTA ZENY
NIM. 2010401012

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| COVER | i |
| NOTA DINAS | v |
| SURAT PERNYATAAN | v |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iiiv |
| ABSTRAK | v |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Identifikasi Masalah | 8 |
| C. Batasan Masalah | 9 |
| D. Rumusan Masalah | 10 |
| E. Tujuan Penelitian | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 12 |
| A. <i>Diffusion of Innovations</i> | 12 |
| B. Minat..... | 14 |
| C. <i>Lifestyle</i> | 17 |
| D. Lingkungan Sosial..... | 21 |
| E. Pengaruh <i>Lifestyle</i> Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat | 25 |
| F. <i>Generasi Z</i> | 27 |
| G. Mobile Banking..... | 27 |
| H. Penelitian Relevan | 27 |
| I. Kerangka Konseptual..... | 30 |
| J. Hipotesis Penelitian | 30 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 31 |
| A. Jenis Penelitian..... | 31 |
| B. Definisi Operasional Variabel..... | 32 |
| C. Populasi dan Sampel..... | 33 |
| D. Jenis Data | 35 |

| | |
|--|-----------|
| E. Sumber Data | 35 |
| F. Teknik Pengumpulan Data | 36 |
| G. Instrumen Penelitian | 37 |
| H. Uji Instrumen Penelitian..... | 37 |
| I. Uji Asumsi Klasik..... | 39 |
| J. Teknik Analisis Data..... | 41 |
| BAB IV | 45 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 45 |
| A. Hasil penelitian..... | 45 |
| B. Pembahasan..... | 57 |
| BAB V..... | 60 |
| PENUTUP..... | 60 |
| A. Kesimpulan..... | 60 |
| B. Saran | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 63 |
| LAMPIRAN..... | 65 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak yang signifikan di berbagai sektor, termasuk sektor perbankan. Inovasi yang paling mencolok adalah hadirnya layanan mobile banking, yang memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi keuangan secara praktis dan cepat melalui perangkat mobile. Digitalisasi ini tidak hanya mengubah cara kita bertransaksi, tetapi juga mempengaruhi pola pikir dan kebiasaan generasi muda, terutama Generasi Z (Mauliddiyah, 2021). Berdasarkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 2014 mengenai Bank Indonesia, salah satu wewenang Bank Indonesia dalam mengatur kelancaran dalam pembayaran yaitu dengan menetapkan penggunaan alat pembayaran. Kehadiran *mobile banking* atau sering disebut dengan m-banking yang dapat menjawab tantangan perubahan (Kemudahan et al., 2023).

Di Indonesia juga memiliki berbagai macam Generasi, salah satunya yaitu Generasi Z (Alfaruqy, 2022 p.84-95). Generasi Z merupakan generasi digital yang terampil dalam bidang teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer, dan sebagian diantaranya sedang memasuki tahap perkembangan remaja dan dewasa awal. Generasi Z tumbuh setelah melonjaknya pemakaian internet, fase tersebut merupakan fase dimana dunia digital sedang maju begitu pesat. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, adalah kelompok yang tumbuh dalam era digital. Mereka dikenal sebagai "digital

natives" yang sangat akrab dengan teknologi dan internet. Menurut laporan dari McKinsey, sebanyak 90% dari Generasi Z memiliki akses ke smartphone, dan lebih dari 60% dari mereka mengandalkan perangkat mobile untuk berinteraksi dan bertransaksi (Aulia Rahmawati & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur, 2023). Karakteristik ini menjadikan mereka sebagai pengguna potensial yang signifikan bagi layanan mobile banking.

Mobile banking merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat mobile seperti smartphone atau tablet. Dengan mobile banking, nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan tanpa harus mengunjungi kantor bank secara fisik (Triyanti et al., 2021). Mobile banking tidak hanya memberikan kemudahan dalam bertransaksi, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas layanan perbankan, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan mobile banking dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan loyalitas terhadap bank (Maulana et al., 2019).

Minat Generasi Z dalam menggunakan mobile banking sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah kemudahan akses, kecepatan transaksi, gaya hidup dan lingkungan sosial. Layanan ini menawarkan kenyamanan yang tidak dapat ditawarkan oleh metode tradisional. Penelitian oleh Statista menunjukkan bahwa 73% pengguna mobile banking merasa puas dengan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi perbankan di smartphone mereka (Aulia Rahmawati & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur,

2023). Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan dan efisiensi menjadi daya tarik utama bagi Generasi Z.

Lifestyle generasi-Z yang serba cepat dan praktis mendorong mereka untuk lebih memilih layanan yang memudahkan, salah satunya adalah *mobile banking*. Layanan ini menawarkan kemudahan dalam bertransaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus mengunjungi kantor bank. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pew Research, yang menunjukkan bahwa Generasi Z lebih memilih pengalaman yang cepat dan efisien dalam bertransaksi (Aulia Rahmawati & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur, 2023).

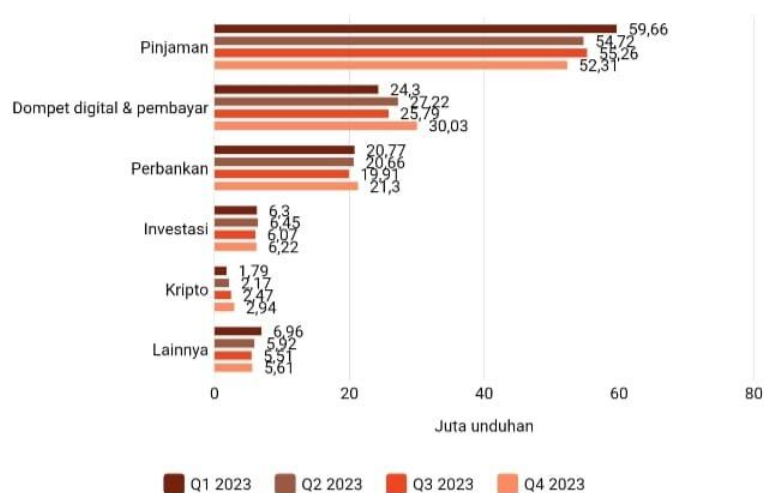
Namun, minat mereka untuk menggunakan layanan ini juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Teman-teman, keluarga, dan komunitas mereka memiliki peran penting dalam membentuk pandangan dan perilaku keuangan generasi ini (Ulfa et al., 2023). Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam *Journal of Business Research*, individu sering kali dipengaruhi oleh interaksi sosial dalam pengambilan keputusan mereka (Aulia Rahmawati & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur, 2023). Jika lingkungan sosial mereka mendukung penggunaan *mobile banking*, kemungkinan besar mereka akan mengadopsi layanan ini.

Meski *mobile banking* menawarkan banyak keuntungan, namun tidak semua orang, khususnya di desa-desa, memiliki minat yang sama untuk memanfaatkan layanan ini. Hal tersebut dapat dilihat dari data dibawah ini

yang memperlihatkan perbandingan pengguna aplikasi keuangan digital terbanyak tahun 2023.

gambar 1.1

Perbandingan pengguna aplikasi keuangan digital terbanyak 2023



Sumber: Perusahaan analisis data selular dan aplikasi

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pengguna aplikasi perbankan atau mobile banking berada di urutan ke 3 terbanyak tahun 2023 meskipun pada kuartal ke 4 terdapat peningkatan penggunaan yakni sebanyak 21,3 pengguna. namun hal tersebut masih tergolong sedikit sehingga hal tersebut perlu diteliti untuk membantu institusi perbankan dalam merancang inovasi layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memberikan informasi berharga bagi pengembangan kebijakan di sektor keuangan.

Di desa Kotomajidin Mudik , fenomena ini menjadi semakin menarik untuk diteliti. khususnya dalam konteks penggunaan layanan *mobile banking*

oleh generasi-Z. Generasi ini, yang lahir di era teknologi maju, memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap inovasi digital. Sementara itu, kondisi sosial dan budaya di desa ini kurang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup serta keputusan finansial mereka. *lifestyle* generasi-Z di Kotomajidin Mudik cenderung mengedepankan efisiensi dan kepraktisan. Mereka lebih memilih metode transaksi yang cepat dan mudah. Masyarakat yang terbatas akses ke layanan perbankan konvensional, menjadikan *mobile banking* sebagai alternatif yang menarik (Maksum, 2023, pp. 182–197). Namun masih banyak dari kalangan generasi z di Kotomajidin mudik yang tidak menggunakan layanan perbankan mobile banking ini.

Lifestyle generasi-Z di Kotomajidin Mudik juga akan dipengaruhi oleh budaya desa yang kuat, di mana nilai-nilai kekeluargaan dan gotong royong masih sangat dijunjung tinggi. Namun, lingkungan sosial di Kotomajidin Mudik juga memainkan peranan penting. Teman sebaya, keluarga, dan komunitas sekitar memiliki dampak besar dalam mendorong atau menghambat minat generasi-Z untuk mengadopsi layanan mobile banking (Generasi et al., 2020, pp. 357–368). Diskusi yang dilakukan di lingkungan sosial, serta pengalaman sharing tentang penggunaan teknologi, akan memengaruhi persepsi dan kepercayaan mereka terhadap mobile banking.

Di Desa Kotomajidin Mudik, di mana lingkungan sosial dan budaya dapat berbeda jauh dibandingkan dengan daerah urban, faktor-faktor seperti tradisi, akses terhadap teknologi, serta tingkat pendidikan dapat memengaruhi minat generasi-Z dalam menggunakan layanan mobile banking. (Pithaloka, 2021)

Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana kedua aspek tersebut *Lifestyle* dan lingkungan sosial berinteraksi dan membentuk minat generasi-Z di Desa Kotomajidin Mudik dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Dengan memahami pengaruh ini, kita bisa memberikan *insight* yang lebih baik bagi penyedia layanan keuangan, serta menciptakan strategi yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masyarakat di desa ini. (Perbanas, 2023)

Data tabel 1.2 dibawah ini terlihat bahwa jumlah total generasi-z yang ada di Desa Koto Majidin Mudik yakni 197 orang. Jumlah generasi-z Desa Koto Majidin Mudik dapat diperlihatkan pada tabel 1.2

Tabel 1.1

Total keseluruhan generasi z di desa Kotomajidin

| No | Desa | Jumlah generasi Z |
|----|--------------------|-------------------|
| 1. | Koto Majidin Mudik | 197 |

Sumber: Kantor pemdes Koto Majidin Mudik

Berdasarkan observasi yang dilakukan di desa Koto Majidin Mudik teridentifikasi sejumlah permasalahan, adapun permasalahan yang berkaitan dengan *Lifestyle* dan lingkungan sosial, pada awalnya peneliti menemukan adanya permasalahan, dimana Kurangnya edukasi dalam mengadopsi teknologi *mobile banking* oleh pihak bank, banyak dari kalangan generasi z yang masih ragu untuk menggunakan layanan mobile banking, meskipun *lifestyle* dan teknologi berkembang begitu pesat namun banyak dari generasi z

di desa koto majidin mudik yang tidak mau menggunakan layanan mobile banking di karenakan biaya operasional yang mahal, *lifestyle* dan cara pengelolaan yang berbeda contohnya dari sebuah lingkungan pertemanan yang terdiri dari 5 orang hanya 1 orang yang menggunakan mobile banking sedangkan 4 orang lainnya tidak menggunakan layanan tersebut tetapi apabila mereka melakukam pembayaran belanja online untuk memenuhi gaya hidup transaksi pembayaran mereka lakukan dengan menumpang pada teman yang memakai *mobile banking*.

Penelitian dengan judul "Pengaruh Lifestyle dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking di Desa Kotomajidin Mudik" memiliki beberapa keunikan yang membedakannya dari penelitian lain di bidang yang sama: Fokus pada Konteks Desa, Banyak penelitian tentang mobile banking cenderung berfokus pada daerah perkotaan atau lingkungan yang lebih maju secara teknologi. Penelitian ini mengangkat konteks desa, khususnya Desa Kotomajidin Mudik, sehingga memberikan wawasan tentang tantangan dan peluang yang dihadapi masyarakat desa dalam mengadopsi teknologi perbankan digital.

Keunikan lain dari penelitian ini adalah penggabungan dua variabel utama *lifestyle* dan lingkungan sosial yang biasanya diteliti secara terpisah. Dengan menganalisis keduanya secara bersamaan, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam menggunakan mobile banking dan Generasi Z sebagai Subjek Utama Penelitian ini secara spesifik menargetkan Generasi Z,

kelompok yang baru-baru ini menjadi subjek perhatian dalam banyak studi. Fokus pada karakteristik, gaya hidup, dan perilaku Generasi Z dalam konteks mobile banking memberikan perspektif baru yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Maka peneliti sangat tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih lanjut tentang *Lifestyle* dan lingkungan sosial dalam mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking dengan mengangkat judul “Pengaruh Lifestyle Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi-Z Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Desa Koto Majidin Mudik”.

B. Identifikasi Masalah

- 1.2.1 Minimnya Pengetahuan tentang *Mobile Banking*: Generasi-Z di Desa Kotomajidin Mudik mungkin belum sepenuhnya memahami manfaat dan fitur dari layanan mobile banking. Ada kemungkinan bahwa kurangnya informasi dan edukasi tentang *mobile banking* menghambat minat mereka untuk menggunakan layanan ini
- 1.2.2 .Pengaruh Lingkungan Sosial: Keluarga, teman, dan komunitas di desa dapat mempengaruhi keputusan generasi-Z dalam menggunakan *mobile banking*. Jika lingkungan sosial mereka kurang mendukung atau memiliki pengalaman negatif terkait penggunaan teknologi finansial, minat mereka bisa menurun.
- 1.2.3 Akses terhadap Teknologi: Tidak semua generasi-Z di Desa Kotomajidin Mudik memiliki akses mudah ke smartphone atau internet

yang stabil. Hal ini dapat menjadi kendala besar dalam adopsi *mobile banking*.

1.2.4 Persepsi tentang Keamanan dan Kepercayaan: Banyak generasi muda, termasuk di Desa Kotomajidin Mudik, mungkin memiliki keraguan tentang keamanan bertransaksi melalui *mobile banking*. Persepsi bahwa layanan ini rentan terhadap penipuan atau kebocoran data dapat menghalangi mereka untuk menggunakan layanan tersebut.

1.2.5 Adaptasi terhadap Perubahan: Apakah generasi-Z di Desa Kotomajidin Mudik lebih cenderung mengikuti tren terbaru atau lebih memilih cara-cara tradisional dalam bertransaksi? Ketahanan terhadap perubahan dalam rutinitas keuangan dapat berpengaruh besar terhadap minat mereka dalam menggunakan *mobile banking*.

1.2.6 Pengaruh Budaya dan Tradisi: Nilai-nilai budaya dan tradisi di Desa Kotomajidin Mudik mungkin membuat generasi-Z lebih memilih metode transaksi yang sudah dikenal dan terbiasa, sehingga mereka kurang terbuka untuk mencoba layanan baru seperti *mobile banking*.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus maka dibutuhkan adanya batasan masalah. Penelitian ini terfokus pada pengaruh *lifestyle* dan lingkungan sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan *mobile banking*.

D. Rumusan Masalah

- 1.4.1 Bagaimana pengaruh *lifestyle* terhadap minat generasi-Z dalam menggunakan layanan *mobile banking* di desa Kotomajidin Mudik?
- 1.4.2 Bagaimana pengaruh lingkungan sosial terhadap minat generasi-Z dalam menggunakan layanan *mobile banking* di desa Kotomajidin Mudik?
- 1.4.3 Apakah *Lifestyle* dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat generasi-Z dalam memilih menggunakan *mobile banking* di desa Kotomajidin Mudik?

E. Tujuan Penelitian

- 1.5.1 Untuk mengetahui pengaruh *lifestyle* terhadap minat generasi-Z dalam menggunakan layanan *mobile banking* di desa Kotomajidin Mudik.
- 1.5.2 Untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap minat generasi-Z dalam menggunakan layanan *mobile banking* di desa Kotomajidin Mudik.
- 1.5.3 Untuk mengetahui apakah *Lifestyle* dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap minat generasi-Z dalam menggunakan *mobile banking* di desa Kotomajidin Mudik.

F. Manfaat Penelitian

- 1.6.1 Bagi Akademisi: Penelitian ini bisa jadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya tentang perilaku generasi-Z dan penggunaan teknologi keuangan, serta menambah literatur tentang *mobile banking* di daerah pedesaan.

- 1.6.2 Bagi Praktisi Perbankan: Hasil dari penelitian ini bisa membantu pihak bank atau penyedia layanan *mobile banking* dalam mengembangkan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif untuk menarik minat generasi-Z.
- 1.6.3 Bagi Masyarakat: Dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang pentingnya teknologi keuangan, serta meningkatkan kesadaran tentang manfaat *mobile banking* bagi gaya hidup keuangan yang lebih baik.
- 1.6.4 Bagi Penulis: memperoleh pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh lifestyle dan lingkungan sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan layanan *mobile banking* Di Desa Kotomajidin Mudik.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Diffusion of Innovations*

Diffusion of Innovations oleh (Everett Rogers, 2003) teori ini menjelaskan bagaimana, mengapa, dan dengan cepatnya inovasi menyebar dalam suatu populasi. Dalam konteks mobile banking, minat Generasi-Z dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti keunggulan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, trialability, dan observability memainkan peran penting dalam menentukan seberapa cepat dan luas adopsi mobile banking di kalangan generasi-z. Gaya hidup dan lingkungan sosial berperan dalam mempercepat atau menghambat adopsi layanan tersebut.

Keunggulan relatif, Generasi Z mungkin lebih tertarik menggunakan mobile banking karena mereka merasakan keunggulan relatif, seperti kemudahan transaksi dan akses yang lebih cepat dibandingkan metode tradisional. Penelitian dapat mengeksplorasi seberapa besar mereka menganggap mobile banking memberikan manfaat dibandingkan dengan cara pembayaran lainnya.

Kompatibilitas juga menjadi faktor kunci, di mana mobile banking harus sesuai dengan nilai-nilai dan kebiasaan yang sudah ada di masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z yang sangat terhubung dengan teknologi. Jika layanan mobile banking dapat diintegrasikan dengan gaya hidup mereka yang serba cepat dan digital, maka kemungkinan besar mereka akan lebih cepat mengadopsinya. Selain itu, kompleksitas dari penggunaan aplikasi

mobile banking harus rendah agar tidak menghalangi pengguna baru. Generasi Z cenderung menghindari teknologi yang sulit dipahami atau digunakan, sehingga kemudahan dalam penggunaan menjadi sangat penting.

Kompleksitas, Sifat kompleksitas dari penggunaan aplikasi mobile banking dapat mempengaruhi minat generasi Z. Penelitian Anda bisa mengidentifikasi apakah generasi ini merasa aplikasi tersebut mudah digunakan atau sebaliknya, menghalangi mereka untuk bertransaksi.

Trialability dan observability juga berkontribusi pada adopsi mobile banking. Trialability merujuk pada kemampuan pengguna untuk mencoba layanan tersebut dalam skala kecil sebelum berkomitmen penuh, sementara observability berkaitan dengan seberapa terlihat hasil dari penggunaan mobile banking oleh orang lain. Jika Generasi Z melihat teman-teman mereka mendapatkan manfaat dari mobile banking, mereka lebih cenderung untuk mencoba dan mengadopsi layanan tersebut. Oleh karena itu, lingkungan sosial dan gaya hidup yang mendukung penggunaan teknologi baru dapat mempercepat proses adopsi mobile banking di kalangan Generasi-z.

Relevansi Teori Diffusion of Innovations dengan penelitian ini yakni: dapat memberikan analisis yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking di kalangan generasi Z. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan tentang minat generasi Z, tetapi juga membantu penyedia layanan keuangan dalam merumuskan strategi

pemasaran dan edukasi yang lebih efektif untuk menarik pengguna baru di desa Kotomajidin Mudik.

B. Minat

1. Definisi Minat

Minat merupakan sesuatu yang timbul didalam diri seseorang untuk memilih, menggunakan dan memanfaatkan suatu barang atau produk yang diinginkan oleh seseorang.

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, minat adalah sebuah kecenderungan hati (kesukaan) pada suatu perhatian atau keinginan. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar, dan menyokong belajar selanjutnya. Minat adalah sebuah motivasi yang mendorong seseorang dalam melakukan sebuah tindakan dengan tujuan memuaskan kebutuhannya.

Crow D. Leater dan Crow Alice mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak seseorang yang akan mendorong seseorang untuk menghadapi dan berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Minat merupakan perasaan ingin tahu, mempelajari dan mengagumi atau memilih sesuatu. Menurut John Crites bahwa minat adalah bagian dari ranah afeksi, mulai dari kesadaran sampai pada pilihan nilai. Sedangkan Holland mengatakan bahwa minat adalah kecendrungan hati hadap sesuatu. Minat tidak timbul sendiri melainkan

ada unsur-unsur kebutuhan, misalnya minat menabung.(Djalli, 2009, p. 122)

2. Minat Dalam Perspektif Islam

Menurut (Saraswati, M., & Widaningsih, 2008) Minat adalah sumber motivasi yang mendorong seseorang untuk terlibat dalam aktivitas yang diinginkan, yang mengarah pada kepuasan. Ketika kepuasan seseorang menurun, minatnya terhadap hal-hal tertentu juga menurun. Minat melibatkan apresiasi yang mengarah pada keinginan dan kegembiraan untuk sesuatu yang diinginkan atau diharapkan. Jika ada minat, seseorang mampu melakukan pekerjaan sesuai keinginan.

Dalam Islam, kebebasan selalu diberikan, termasuk kepentingan dalam pekerjaan dan pengejaran, selama masih dalam batas ajaran dan tidak melanggar syariat atau perintah Allah. Karena segala sesuatu yang diterima oleh individu tidak dapat dipisahkan.

Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT An-Najm ayat 39.

وَإِنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى
 Artinya :*“Dan bahwasanya seseorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya”* (QS An-Najm:39).

Menurut Shaleh Abdul Rahman dalam bukunya psikologi suatu pengantar dalam perspektif Islam, menjelaskan bahwa minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak

terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan atau gembira (Nurtika, 2021).

3. Indikator Minat

Menurut Ferdinand (2014), minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, adalah sebuah kecenderungan seseorang dalam membeli suatu produk.
- b. Minat refrensial, adalah kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, adalah minat yang menggambarkan tentang perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada suatu produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. (Hidayah, 2020)

4. Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Variabel Dependen

Adapun yang mempengaruhi timbulnya sebuah minat menurut Crow and Crow yaitu:

- a. Faktor dari dalam.

Yaitu mengarah terhadap kebutuhan-kebutuhan yang timbul pada diri individu, merupakan faktor yang berhubungan

langsung pada mempertahankan diri dari rasa lapar, motif, fisik, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu. Membangkitkan sebuah minat untuk mengadakan penelitian dan lain sebagainya.

b. Faktor Motif Sosial.

Faktor ini mengarah terhadap penyesuaian diri dari lingkungan supaya dapat diterima serta di akui oleh lingkungan atau kegiatan untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapat status, mendapatkan perhatian dalam penghargaan.

c. Faktor Emosional atau Perasaan.

Minat yang erat berhubungan terhadap perasaan serta emosi. Keberhasilan dalam beraktivitas yang di dorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut. (Rouf, 2011, pp. 10–52)

C. Lifestyle.

1. Definisi Lifestyle.

Lifestyle atau bisa juga disebut gaya hidup dapat diartikan sebagai pola tingkah laku konsumen dalam mengekspresikan dirinya melalui aktivitas, minat dan pendapatnya terhadap suatu produk atau jasa (Nasib, 2021, p. 39). Gaya hidup menggambarkan tentang bagaimana seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya

dan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di masyarakat. Gaya hidup merupakan suatu fungsi dari karakteristik individu yang terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhananya gaya hidup dapat diartikan sebagai cara seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi, dan harapan. Gaya hidup merupakan salah satu pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga mempengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan suatu produk atau jasa. Dengan demikian, gaya hidup merupakan aspek utama yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam menggunakan suatu produk (Reski A., 2017, p. 25). Pengukuran gaya hidup bisa diukur dengan komponen aktivitas, minat dan opini. komponen tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Aktivitas (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli, dan kegiatan apa yang digunakan untuk mengisi waktu luang. Interest (minat) yaitu apa yang menjadi kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup seseorang. Gaya hidup menunjukkan model interaksi antar seseorang dengan orang lain di lingkungan sekitar. Gaya hidup akan menjadi trend dalam suatu massa. Sehingga tidak dipungkiri, setiap massa akan memiliki gaya hidup yang berbeda karena pelaku dan kondisi lingkungan yang berbeda.

Lifestyle dalam diri seseorang dapat berubah diantaranya dipengaruhi adanya lingkungan maupun kebutuhan gaya hidup,

konsumen akan mengevaluasi dengan alternatif yang ada dengan atribut produk yang menjanjikan dalam pemenuhan kebutuhan gaya hidup yang dianutnya. Maka berdasarkan penjelasan tersebut, *Lifestyle* atau gaya hidup dapat disimpulkan sebagai pola atau model hidup yang melekat pada diri seseorang yang ditunjukkan berdasarkan aktifitas yang dilakukan, pendapat yang dimiliki mengenai suatu hal, dan keinginan atau minat yang dimiliki seseorang dalam melakukan sesuatu. (M.aryanti, 2020, p. 294)

2. *Lifestyle* Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup Jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu Tauhid. Adapun gaya hidup Jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh, yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Setiap muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup di kehidupannya. (Hasnira, 2017, p. 39)

3. Indikator *Lifestyle*.

Menurut Sumarwan, Gaya hidup diartikan sebagai kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, and opinion) adapun pengukuran variabel *Lifestyle* (Gaya Hidup) yaitu :

a. Kegiatan (*Activity*)

Kegiatan (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan

apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

b. *Minat (Interest)*

Minat (Interest) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. *Interest* dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. *Minat* merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. *Minat* merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

c. *Opini (Opinion)*

Opini adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal moral ekonomi dan sosial. *Opini* digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. (muchlis riadi, 2023)

4. Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Minat

Gaya Hidup Digital: Generasi-Z adalah generasi yang tumbuh di era digital. Mereka terbiasa dengan handphone dan aplikasi dalam kehidupan sehari-hari. Kebiasaan bayar pakai e-wallet atau mobile banking udah jadi bagian dari *Lifestyle* mereka. Menurut penelitian oleh (Smith, j., & johnson, 2022, pp. 45–58) gaya hidup yang serba cepat dan digital mempengaruhi preferensi mereka untuk menggunakan layanan keuangan yang praktis dan efisien, kayak mobile banking.

D. Lingkungan Sosial

1. Definisi Lingkungan Sosial

Secara psikologis, lingkungan mencakup segenap stimulasi yang diterima oleh individu mulai sejak dalam konsensi, kelahiran sampai matinya. Stimulasi itu misalnya berupa, sifat-sifat, interaksi, selera, keinginan, perasaan, tujuan-tujuan, minat, kebutuhan, kemauan, emosi, dan kapasitas intelektual.

Secara sosio-kultural, lingkungan mencakup segenap stimulasi, interaksi, dan kondisi dalam hubungannya dengan perlakuan ataupun karya orang lain. Pola hidup keluarga, pergaulan kelompok, pola hidup masyarakat, latihan, belajar, pendidikan, pengajaran, bimbingan, dan penyuluhan, adalah termasuk sebagai lingkungan ini. (Dalyono, 2012, p. 129)

Purwanto menjelaskan lingkungan meliputi semua kondisi dalam dunia ini yang dengan cara-cara tertentu mempengaruhi tingkah laku kita, pertumbuhan, perkembangan atau life processes kecuali gen-gen. Akan tetapi lingkungan kita yang aktual hanyalah faktor-faktor dalam dunia sekeliling kita, yang benar-benar secara langsung mempengaruhi pertumbuhan dan tingkah laku kita. Sedangkan lingkungan sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita termasuk cara pergaulan, adat istiadat, agama ataupun kepercayaan.

Lingkungan sosial memiliki pengaruh yang besar terutama terhadap pertumbuhan rohani dan kepribadian. Kepribadian manusia tidak dapat dirumuskan sebagai suatu totalitas individu saja tanpa sekaligus meletakkan hubungannya dengan lingkungannya. Totalitas individu itu baru disebut keberibadian apabila keseluruhan system psikofisiknya, termasuk pembawaan bakat, kecakapan, dan ciri-ciri kegiatannya menyatakan diri dengan khas dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya. (Purwanto, 2011, p. 73)

2. Lingkungan Sosial Dalam Perspektif Islam

Menurut (Abdullah, 2007) berpendapat bahwa lingkungan sosial harus dibangun atas dasar nilai-nilai Islam untuk menciptakan harmoni dalam komunitas. Dalam pandangannya, masyarakat seharusnya tidak hanya berfungsi sebagai tempat interaksi, tetapi juga sebagai wadah untuk mengamalkan ajaran Islam, seperti dalam penerapan konsep ukhuwah (persaudaraan) yang menekankan kepedulian terhadap sesama.

3. Indikator Lingkungan Sosial

Purwanto menjelaskan bahwa anak-anak semenjak dilahirkan sampai menjadi manusia dewasa, menjadi orang yang dapat berdiri dalam masyarakat, harus mengalami perkembangan, baik atau buruknya hasil perkembangan anak itu bergantung pada pendidikan (pengaruh-pengaruh) yang diterima anak itu dari berbagai lingkungan, pendidikan yang dialaminya.

Variabel ini diukur dengan indikator yang dikemukakan oleh Dewantara, yaitu:

a. Lingkungan keluarga

Lingkungan keluarga memiliki peran sangat penting dalam perkembangan manusia yang berkepribadian dan berguna bagi masyarakat. Pendidikan keluarga adalah pendidikan orang tua terhadap anak-anaknya yang didasarkan pada rasa kasih sayang terhadap anaknya yang diterimanya adalah kodrat. Orang tua adalah pendidik sejati, pendidik karena kodratnya. Oleh karena itu kasih sayang orang tua terhadap anak-anak hendaklah kasih sayang yang sejati pula. Pengaruh pendidikan orang tua terhadap anak-anak berbeda-beda. Sebagian keluarga atau orang tua mendidik anak-anaknya menurut pendirian-pendirian modern, sedangkan sebagian lagi masih menganut pendirian-pendirian kuno.

Keadaan keluarga berbeda-beda antarasatu sama lain. Ada keluarga kaya, ada keluarga kurang mampu, ada juga keluarga yang besar karna banyak anggota keluarga dan adapun keluarga yang kecil. Ada keluarga yang selalu diliputi oleh suasana tenang dan tentram, adapula yang selalu gaduh, bercekcok dan sebagainya dengan sendirinya, keadaan dalam keluarga yang bermacam-macam coraknya itu akan membawa pengaruh yang berbeda beda pula terhadap pendidikan anak.

b. Lingkungan sekolah

Lingkungan sekolah adalah buatan manusia, sekolah didirikan oleh masyarakat untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga yang sudah tidak mampu lagi memberi bekal persiapan hidup bagi anaknya. Untuk mempersiapkan anak agar hidup dengan cukup bekal keberibadian dan kecakapan dalam masyarakat modern, yang telah tinggi kebudayaannya seperti sekarang ini, anak-anak tidak cukup hanya menerima pendidikan dan pengajaran dari keluarganya saja.

c. Lingkungan masyarakat

Menurut Hamlik menjelaskan bahwa suatu dimensi yang sangat penting adalah masyarakat. Dalam konteks ini lingkungan masyarakat mencakup unsur-unsur individu, kelompok, sumber-sumber alami, sumber budaya, sistem nilai

dan norma, kondisi ini atau situasi serta masalah-masalah, dan berbagai hambatan dalam masyarakat secara keseluruhan. (Aswandi, 2020, pp. 26–27)

4. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat

Lingkungan sosial seperti teman-teman sangat mempengaruhi keputusan mereka. Kalo temen-temen udah pada pakai mobile banking, biasanya mereka juga ikutan. Penelitian oleh (Fahmi, A., & Aziz, 2023, pp. 323–341) menunjukkan bahwa pengaruh teman sebaya ini bisa meningkatkan kepedulian dan minat generasi-Z untuk mencoba berbagai layanan keuangan.

Keluarga juga berpengaruh, terutama dalam memberikan edukasi finansial. Keluarga yang mendukung penggunaan teknologi keuangan akan membuat generasi-Z lebih terbuka terhadap layanan mobile banking. Misalnya, nyokap bokap yang udah familiar sama aplikasi bank akan lebih mendorong anaknya buat menggunakan itu (Andriani, 2023).

E. Pengaruh *Lifestyle* Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat

Lifestyle generasi Z yang dinamis dan cepat sangat memengaruhi cara mereka mengelola keuangan. Menurut Rogers dan Ranganathan (2023), generasi Z cenderung memilih solusi yang efisien dan praktis dalam aktivitas sehari-hari, termasuk keuangan. Mereka memiliki kecenderungan untuk mengadopsi teknologi baru yang sesuai dengan gaya hidup mereka yang lebih mobile. "Generasi Z mencari kemudahan dan efisiensi dalam

semua aspek kehidupan mereka, termasuk cara mereka mengelola keuangan." (Rogers & Ranganathan, 2023)

Lifestyle yang modern juga menciptakan harapan akan transparansi dan kecepatan dalam transaksi. Generasi Z menginginkan proses yang cepat dan tanpa hambatan, sehingga mobile banking menjadi pilihan yang menarik bagi mereka.

Lingkungan sosial yang positif, seperti dukungan teman dan keluarga, juga sangat berpengaruh terhadap keputusan generasi Z untuk menggunakan mobile banking. Penelitian oleh Hosseini et al. (2022) menemukan bahwa dukungan dari orang-orang terdekat dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam menggunakan teknologi baru.

"Dukungan dari lingkungan sosial, termasuk keluarga dan teman sebaya, memainkan peran kunci dalam adopsi teknologi finansial di kalangan generasi Z" (Hosseini et al., 2022). Ketika teman-teman mereka menggunakan mobile banking, mereka merasa lebih termotivasi untuk mencoba layanan tersebut. Interaksi sosial ini menciptakan efek domino di mana kepercayaan dan ketertarikan terhadap mobile banking semakin kuat.

Berdasarkan uraian diatas dalam penelitian ini,yaitu *Lifestyle* dan lingkungan sosial mempunyai pengaruh positif terhadap minat generasi-z dalam menggunakan layanan mobile banking.

F. Generasi Z

Generasi Z (Gen Z) merupakan pengelompokan orang-orang yang lahir pada tahun 1997-2012 dengan begitu rentang usia mereka adalah 8-24 tahun pada tahun 2021 ini. Sebagian orang menyebut dengan iGeneration karena generasi ini termasuk orang-orang yang tidak bisa hidup tanpa smartphone dan mas teknologi yang semakin berkembang (Adelia Dewi Rahyawati, 2021)

Noordiono (2016) mengklaim bahwa generasi Z adalah konsumen teknologi yang bersemangat yang mungkin tumbuh bersama teknologi dan internet. Teknologi yang baru merupakan air segar yang harus segera diteguk agar bisa merasakan manfaatnya. Generasi digital ke-13 atau Generasi Z semakin handal dalam teknologi dan instrumen teknis lainnya seiring perkembangannya. (Lima, 2016)

G. Mobile Banking

Mobile banking menurut Fadlan & Dewantara (2018) adalah layanan mutakhir yang disediakan oleh bank yang memungkinkan nasabah untuk melakukan aktivitas transaksi perbankan melalui smartphone. Mobile banking mengacu pada fasilitas atau layanan yang memungkinkan transaksi perbankan diselesaikan melalui aplikasi pada ponsel, yang diutamakan.

H. Penelitian Relevan

Berdasarkan literature dan kajian penulis terdapat penelitian yang sudah dilakukan yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1. (Rohmah, 2023), skripsi dengan judul " *Pengaruh Lifestyle, Subjective Norm, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Bersertifikat Halal Pada Generasi-Z Di Surakarta*" hasil penelitian judul diatas menunjukkan bahwa Pengaruh Lifestyle, Subjective Norm Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Bersertifikat Halal Pada Generasi Z Di Surakarta Menunjukkan Bahwa Nilai F Hitung $> F$ Tabel Yaitu Sebesar $68,035 > 3,089$ Dan Nilai Sig Sebesar $0,000 < 0,05$ Yang Artinya Dengan Lebih Memperhatikan Gaya Hidup, Pengaruh Lingkungan Sekitar Maupun Orang-Orang Terdekat, Dan Adanya Kesadaran Untuk Mengonsumsi Makanan Bersertifikat Halal Resmi Mampu Mempengaruhi Keputusan Pembelian Makanan Bersertifikat Halal Pada Generasi Z Di Surakarta.

Terdapat perbedaan dengan penelitian saya yakni pada objek penelitian dan jumlah sampelnya

2. (Irfani, 2024) Skripsi dengan judul " *Pengaruh Locus Of Control Dan Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Pada Generasi Z*" hasil penelitian judul diatas menunjukan terdapat Pengaruh Signifikan Dan Positif Locus Of Control Dan Lifestyle Terhadap Financial Management Behavior Pada Generasi Z Mahasiswa Prodi Pendidikan IPS. Hal Ini Dibuktikan Dengan Perolehan Uji F, Ditemukan Nilai F Hitung $> F$ Tabel ($8,566 > 3,111$) Dan Nilai Sig $> 0,05$ ($0,05 > 0,000$). Maka H_0 Diterima Dan H_a Ditolak. Didapat Dengan Hasil Regresi Linear Berganda Dengan Nilai Konstan Sebesar 63,635. Nilai Koefisien Regresi Variabel

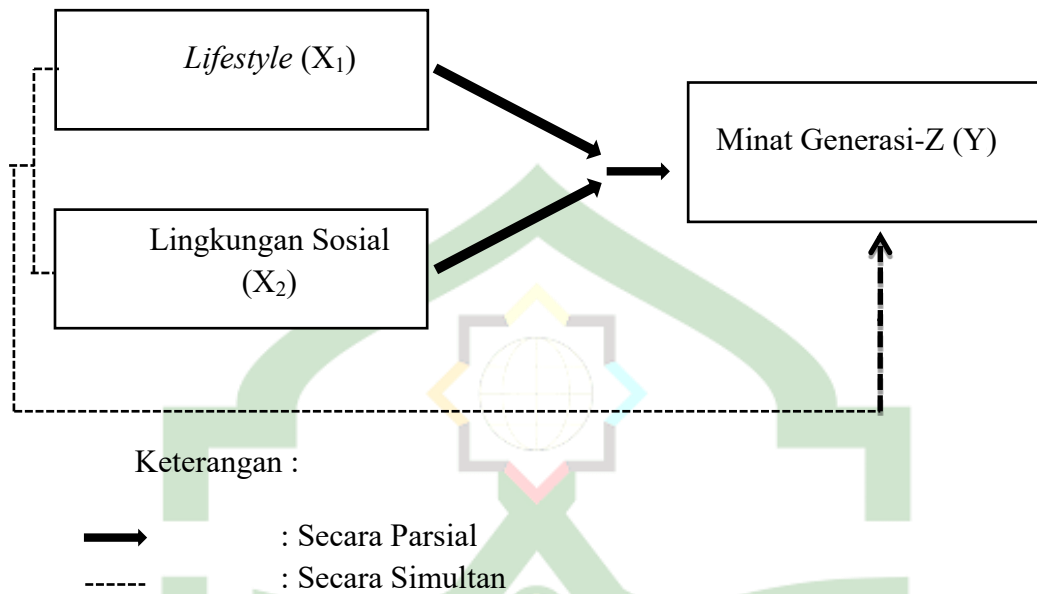
Locus Of Control Bernilai Negatif Sebesar -0.009 Dan Nilai Koefisien Regresi Variabel Lifestyle Bernilai Negatif Sebesar -0,416. Dengan Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Adjusted R Square Sebesar 0,156 , Maka Dapat Disimpulkan Data Penelitian Ini Belum Cukup Menjelaskan Variabel Independen X1 Dan X2 Terhadap Variabel Dependen Y. Maka Dapat Diartikan Bahwa Seluruh Variabel Independen Yang Dipilih Belum Dapat Menjelaskan Variabel Dependen Karena Perolehan Hanya Sebesar 15,6%. Sedangkan Sisanya 84,4% Dipengaruhi Oleh Faktor Lain Yang Tidak Diteliti Seperti Financial Knowledge, Financial Attitude, Self Control, Self Efficacy Dan Sebagainya.

Terdapat perbedaan dengan penelitian saya yakni Pada Financial Management Behavior, Sedangkan Fokus Penelitian Saya Yakni Pada Penggunaan Layanan Mobile Banking

3. (Elfira, 2023), Skripsi yang berjudul "*Pengaruh Lifestyle, Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kec. Belopa*" hasil penelitian judul diatas menunjukkan Lifestyle, Lingkungan Sosial, Dan Pengetahuan Berdasarkan Hasil Dari Koefisien Determinasi Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kec. Belopa Sebesar 75% Dari Jumlah 100% Yang Artinya Masih Ada Faktor Lain Sebanyak 25% Yang Mempengaruhi Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kec. Belopa. Terdapat

perbedaan dengan penelitian saya yakni pada Subjek Penelitian Yakni Generasi Milenial Sedangkan Pada Penelitian Saya Yakni Generasi-Z.

I. Kerangka Konseptual



J. Hipotesis Penelitian

Ho₁ = Tidak Terdapat Pengaruh *Lifestyle* terhadap Minat Generasi-Z.

Ha₁ = Terdapat Pengaruh *Lifestyle* terhadap Minat Generasi-Z.

Ho₂ = Tidak Terdapat Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi-Z.

Ha₂ = Terdapat Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi-Z.

Ho₃ = Tidak Terdapat Pengaruh *Lifestyle* dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi-Z.

Ha₃ = Terdapat Pengaruh *Lifestyle* dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi-Z.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti yaitu untuk melihat pengaruh *Lifestyle* dan lingkungan sosial terhadap minat generasi-z dalam menggunakan layanan *mobile banking* di desa Koto Majidin Mudik, maka penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif, yaitu jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara yang kuantifikasi (pengukuran). Penelitian ini merupakan penelitian statistik. Data yang digunakan berupa angka.

Fakta dan fenomena dalam data ini tidak dinyatakan dalam bahasa alami, melainkan dalam numerik. Dalam konteks ilmu alam (eksakta) kata kuantitatif jelas sekali berhubungan dengan angka (kuantita), baik hasil pengukurannya, analisa datanya, maupun penafsiran dan penarikan kesimpulannya, semuanya dalam bentuk angka (Desiana, 2012).

Analisa kuantitatif dalam penelitian ini diperlukan guna memberikan gambaran hasil penelitian, selanjutnya guna memperkuat adanya suatu Minat generasi z menggunakan *mobile banking*, maka memerlukan pembuktian analisa dilakukan terhadap jawaban hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden. Penelitian ini bertujuan untuk mencari penjelasan tentang pengukuran pengaruh *lifestyle* dan lingkungan sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

B. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini definisi operasional variabel agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional variabel tersebut dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Definisi | Indikator |
|--|---|---|
| <i>Lifestyle</i> (X ₁) | <i>Lifestyle</i> atau bisa juga disebut gaya hidup dapat diartikan sebagai pola tingkah laku konsumen dalam mengekspresikan dirinya melalui aktivitas, minat dan pendapatnya terhadap suatu produk atau jasa. | 1. Kegiatan (Activity) 2. Minat (Interest) 3. Opini (Opinion) |
| Lingkungan sosial (X ₂) | Pengertian lingkungan sosial yang dikemukakan oleh Purwanto (2014: 28-29) yaitu semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial tersebut dapat diterima secara langsung maupun tidak langsung. Pengaruh secara langsung dapat diperoleh dari pergaulan sehari-hari dengan orang lain, dengan keluarga, dengan teman-teman, kawan sekolah, sepekerjaan dan lain sebagainya. | 1. Lingkungan keluarga 2. Lingkungan sekolah 3. Lingkungan masyarakat |

| | | |
|----------------------|---|--|
| Minat generasi-z (Y) | minat adalah sebuah kecenderungan hati (kesukaan) pada suatu perhatian atau keinginan. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar, dan menyokong belajar selanjutnya. Minat adalah sebuah motivasi yang mendorong seorang dalam melakukan sebuah tindakan dengan tujuan memuaskan kebutuhannya. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. 3. Minat Refrensial 4. Minat Preferensial 5. Minat Eksploratif |
|----------------------|---|--|

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016, p. 80). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Desa Koto Kotomajidin Mudik sebanyak 197 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016,

p. 81). Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(a)^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

a = Toleransi ketidakteelitian (dalam persen) sebesar 10% atau 0,1, Sehingga sampel dapat dihitung dengan cara:

$$n = \frac{197}{1 + 197(0,1)^2}$$

$$n = \frac{197}{1 + 197(0,01)}$$

$$n = 66,3 = 66 \text{ (dibulatkan)}$$

Hasil dari perhitungan diatas menunjukkan jumlah sampel adalah 66 orang.

3. Ukuran Sampel

Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling*. *Non Probability Sampling* yaitu metode sampling yang tidak memberi kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau populasi untuk dipilih menjadi sampel. (Sugiyono, 2014)

4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience sampling* merupakan teknik yang memilih sampel termudah, terdekat, atau yang tersedia dalam pengambilan data penelitian.

D. Jenis Data

Data kuantitatif adalah data dalam bentuk angka yang diolah menggunakan rumus –rumus atau alat sistem aplikasi statistik. Moh Kasiram 2009, juga mengemukakan bahwa data kuantitatif adalah angka yang diproses melalui alat analisis data.

E. Sumber Data

Pada penelitian ini jenis data dan sumber data merupakan hal yang sangat penting, ini akan digunakan peneliti untuk membantu peneliti mempermudah penelitian ini dan meminimalkan waktu penelitian. Adapun jenis data pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder (Sujarweni, 2019, p. 226).

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner dan observasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti misalnya dari biro statistic, majalah, koran, keterangan-keterangan atau publikasi lainnya. Jadi data sekunder berasal dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya, artinya melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti sendiri.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

2. Kuesioner/Angket

Kuesioner/Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya(Sugiyono, 2016, p. 89). Sementara Suhaimi (1995:136-138) mengatakan angket tertutup adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memberikan tanda centang (√) pada kolom atau tempat yang sesuai.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2016, p. 102). Penulis berperan sangat penting dalam seluruh rangkaian kegiatan penelitian, mulai dari memilih topik, mendeteksi topik, mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian hingga menganalisis, menginterpretasikan dan menyimpulkan hasil yang didapatkan didalam penelitian yang telah dilakukan.

Pemberian skor dalam kuesioner ini menggunakan pengukuran skala LIKERT, yaitu sakala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Pengukuran Skala LIKERT

| Alternatif Jawaban | Skor |
|---------------------------|-------------|
| Sangat Setuju (SS) | 4 |
| Stuju (S) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Setuju (SS) | 1 |

H. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah *validity* atau keaslian yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dapat melakukan fungsi ukurnya. Validitas suatu instrumen atau tes mempermasalahkan

apakah instrumen atau tes tersebut benar-benar mengukur apa yang hendak diukur (Saeful & Baharuddin, 2014, p. 66).

Validitas sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang harus diukur. Demikian juga kuesioner riset. Kuesioner dikatakan valid apabila instrumen tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah tiap item instrumen mampu mengukur besarnya variabel lingkungan belajar dan manajemen terhadap hasil pembelajaran.

Pengujian menggunakan taraf dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05 artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau *reability* menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas mengacu pada konsistensi pengukuran sehingga dimana hasilnya sama berdasarkan bentuk yang berbeda dan instrumen yang sama atau waktu pada saat pengumpulan data (Saeful & Baharuddin, 2014, p. 74).

Dalam uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabelnya. *Cronbach Alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau juga menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item

terkait. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2018, p. 129).

I. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan karena dalam model regresi perlu memperhatikan adanya penyimpangan-penyimpangan atas asumsi klasik, karena pada hakikatnya jika asumsi klasik tidak dipenuhi maka variabel-variabel yang menjelaskan akan menjadi tidak efisien. Asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai *residual* yang berdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai *residualnya*. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel (Duli, 2019, p. 114). Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$, dan sebaliknya jika nilai signifikannya $< 0,05$ maka sebaran datanya dianggap tidak memenuhi aspek kenormalan.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians. Dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana

terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas (Duli, 2019, p. 122).

Adapun dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan *glejser* sebagai berikut Ghozali dalam (Sujarweni, 2019, p. 226)

- a. Jika nilai signifikansi (sig.) > dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig.) < dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berarti ada hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang independen dari model yang ada. Akibat adanya multikolinearitas ini koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga. Hal ini akan menimbulkan bias dalam spesifikasi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Sujarweni, 2019, p. 226).

Adapun dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

a. Berdasarkan nilai *tolerance*

$Tolerance > 0,10$ = tidak terjadi multikolinieritas

$Tolerance < 0,10$ = terjadi multikolinieritas

b. Berdasarkan nilai *VIF*

$VIF < 10,00$ = tidak terjadi multikolinieritas

$VIF > 10,00$ = terjadi multikolinieritas

J. Teknik Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu analisis berupa statistic yang berfungsi untuk menjelaskan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data dan membuat kesimpulan yang umum. Analisis ini dilakukan dengan bantuan aplikasi *SPSS* versi 25.

Analisis ini digunakan untuk melihat pengaruh *lifestyle* dan lingkungan sosial terhadap minat generasi z dalam menggunakan layanan mobile banking di Desa Koto Majidin.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variable bebas atau lebih terhadap variable terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan kausal antara dua variable bebas atau lebih dengan satu variable terikat (Sugiyono, 2013, p. 275).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa data Regresi Linear Berganda dengan penyelesaian menggunakan SPSS. Adapun model persamaan untuk analisa regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Peningkatan Pendapatan

X₁ = Pelatihan

X₂ = Manajemen

a = Intersep/konstanta (nilai Y apabila X=0)

b₁ = Koefisien regresi 1 (nilai peningkatan atau penurunan)

b₂ = Koefisien regresi 2 (nilai peningkatan atau penurunan)

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut (Ghozali, 2018, p. 179) uji parsial (t test) digunakan untuk mengetahui pengetahuan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial dalam data penelitian ini menggunakan tingkat signifikan 0,05. Dengan tingkat signifikan 5% maka kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai signifikan < 0,05 dan t hitung > t tabel, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Bila nilai signifikansi $> 0,05$ dan t hitung $< t$ tabel, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinan (Uji R^2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Menurut (Ghozali, 2018, p. 179) koefisien determinan digunakan untuk menguji *goodness-fit* dari model regresi. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil mengandung arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang sangat terbatas. Namun jika nilainya mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam presentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\% \quad d = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi

R = Koefisien korelasi yang dikuadratkan

c. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (Ghozali, 2018, p. 179) uji pengaruh bersama-sama (joint) digunakan untuk mengetahui apakah

variabel independen secara bersama-sama atau joint mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikan atau tingkat kepercayaan sebesar 0,05. Jika di dalam penelitian terdapat tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau F hitung dinyatakan lebih besar daripada F tabel maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bila nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$ dan F hitung $> F$ tabel, maka semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ dan F hitung $< F$ tabel, maka semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Analisis Deskriptif

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui metode survei dengan menyebarkan kuesioner pada generasi z Didesa Koto Majidin Mudik yang menggunakan layanan mobile banking. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner yang telah dikembangkan oleh peneliti. Total item pertanyaan dalam kuesioner sebanyak 15 item pertanyaan.

Data dari penelitian ini berasal dari data primer yaitu kuesioner. Jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 66 kuesioner dengan tingkat persentase 100% dan kuesioner yang kembali dan diolah sebanyak 66 kuesioner, sehingga tingkat pengambilan kuesioner sebesar 100%. Untuk lebih jelasnya, dapat dilihat dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Deskripsi Data

| Keterangan | jumlah | Persentase |
|-----------------------------------|---------------|-------------------|
| Kuesioner yang disebar | 66 | 100% |
| Kuesioner yang kembali dan diolah | 66 | 100% |
| Kuesioner yang tidak kembali | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah,2025

Penelitian ini menggunakan persepsi jawaban generasi z yang menggunakan 66 orang responden serta masing-masing jawaban responden dibedakan atas 2 (dua) kategori yaitu jenis kelamin atau gender dan usia.

2. Karakteristik responden

a. Keadaan Responden Menurut Jenis Kelamin

Berikut ini keadaan generasi z di Desa Koto Majidin Mudik berdasarkan jenis kelamin, dapat digambarkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Keadaan Responden Menurut Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Persentase % |
|----|---------------|----------------|--------------|
| 1 | Laki-laki | 22 | 33,% |
| 2 | Perempuan | 44 | 67% |
| | Jumlah | 66 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah,2025

b. Keadaan Responden Menurut Tingkat Usia

Berikut ini dapat dilihat keadaan generasi z di Desa Koto Majidin Mudik berdasarkan Tingkat Usia sebagaimana pada table di bawah ini :

Tabel 4.3

Keadaan Responden Menurut Tingkat Usia

| No | Tingkat Usia | Jumlah (orang) | Persentase % |
|----|--------------|----------------|--------------|
|----|--------------|----------------|--------------|

| | | | |
|---|-------------|----|------|
| 1 | 12-15 Tahun | 0 | 0 |
| 2 | 15-20 Tahun | 3 | 5% |
| 3 | 20-27 Tahun | 63 | 95% |
| | Jumlah | 66 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah,2025

3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas di gunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan sudah bisa mengukur apa yang hendak di ukur dalam penelitian. Sampel yang digunakan dalam uji kuesioner berjumlah 66 orang. Hasil perhitungan uji validitas kuesioner disajikan pada table 4.4 - 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.4

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Minat Y.

| Nomor Item | R hitung | > < | R tabel | Keterangan |
|------------|----------|-----|---------|------------|
| 1 | 0,676 | > | 0,242 | Valid |
| 2 | 0,454 | > | 0,242 | Valid |
| 3 | 0,817 | > | 0,242 | Valid |
| 4 | 0,300 | > | 0,242 | Valid |
| 5 | 0,506 | > | 0,242 | Valid |

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Tabel 4.5
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel X1

| Nomor Item | R hitung | > < | R tabel | Keterangan |
|------------|----------|-----|---------|------------|
| 1 | 0,830 | > | 0,242 | Valid |
| 2 | 0,516 | > | 0,242 | Valid |
| 3 | 0,460 | > | 0,242 | Valid |
| 4 | 0,476 | > | 0,242 | Valid |
| 5 | 0,408 | > | 0,242 | Valid |

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Tabel 4.6
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel X2

| Nomor Item | R hitung | > < | R tabel | Keterangan |
|------------|----------|-----|---------|------------|
| 1 | 0,821 | > | 0,242 | Valid |
| 2 | 0,832 | > | 0,242 | Valid |
| 3 | 0,757 | > | 0,242 | Valid |
| 4 | 0,839 | > | 0,242 | Valid |
| 5 | 0,907 | > | 0,242 | Valid |

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa seluruh item kuesioner variable X dinyatakan valid. Hasil kuesioner yang dinyatakan valid selanjutnya bisa digunakan sebagai instrumen dalam penelitian karena

instrument dianggap sudah mampu mengukur apa yang berhak diukur. Berdasarkan hasil rekapitulasi uji validitas Y dan X dapat disimpulkan bahwa untuk semua item kuesioner baik diketahui nilai $r_{hitung} > r_{table}$ sehingga seluruh item kuesioner dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabelitas

Uji reliabelitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

| No | Variable | Cronbach's Alpha | >< | Cut off | hasil |
|----|----------|---------------------|----|---------|----------|
| 1 | (Y) | 0,779 | > | 0,7 | Reliabel |
| 2 | (X1) | 0,883 | > | 0,7 | Reliabel |
| 3 | (X2) | 0,885 | > | 0,7 | Reliabel |

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Dari table 4.7 diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha maka dapat disimpulkan ketiga variable kuesioner dinyatakan lulus **Reliabel**.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang di gunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas menggunakan uji statistik non-pharmetik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 66 |
| Normal parameters ^{a,b} | Mean | .2682145 |
| | Std. Deviation | 2.30382026 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .097 |
| | Positive | .096 |
| | Negative | -.097 |
| Test Statistic | | .097 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .199 ^c |

a. Test distribution is normal

b. Calculated from data

c. Lilliefors significance correction

Sumber: Data primer diolah dengan spss 25,2025

Berdasarkan gambar 4.1 hasil uji normalitas menggunakan uji statistic non-pharmetik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test adalah sebesar 0,199. Dengan demikian hasil uji normalitas berdistribusi normal dibuktikan dengan nilai signifikan $0,199 > 0,05$.

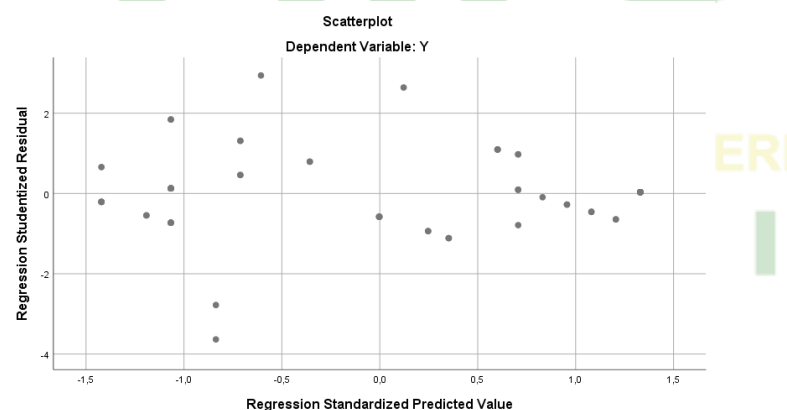
b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi masih terjadi ketidaksamaan variance dari suatu residual atau pengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika.

- a) Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja
- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Hasil uji heteroskedastisitas dapat di lihat sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Dari gambar 4.2 grafik scatterplot diatas dapat ditarik Kesimpulan bahwa titik-titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu

Y, yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut juga homokedastisitas karena variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap.

c. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independent). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variable independent. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Kriteria dari uji multikolinearitas bila nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 maka menunjukkan adanya multikolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| X1 | .515 | 1.943 |
| X2 | .515 | 1.943 |

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Berdasarkan gambar 4.3 hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 pada tiap variable sehingga dapat diambil Kesimpulan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas terhadap variabel terikat. Variable bebas

penelitian ini adalah lifestyle (X1) dan lingkungan social (X2). Sedangkan variable terikatnya adalah minat (Y). berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh data pengrauh (X1) dan (X2) terhadap (Y) dengan menggunakan hasil hitungan melalui program SPSS.25 Sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | Ustandardized B | Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|-------------|-----------------|-------------------------|--------------------------------|-------|------|
| 1(Constant) | 3.512 | 1.256 | | 2.797 | .007 |
| X1 | .609 | .091 | .663 | 6.699 | .000 |
| X2 | .241 | .099 | .214 | 2.166 | .034 |

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

$$Y=3,512+0,609X1+0,214X2+e.$$

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Koefisien (X1) = 0,609

Koefisien regresi variable lifestyle (X1) diketahui sebesar 0,609

dan memiliki nilai positif. Yang artinya menunjukkan arah secara

statistik bahwa apabila lifestyle (X1) naik maka minat untuk

menggunakan mobile bangking (Y) juga naik. Hal ini mempunyai

arti bahwa semakin tinggi Tingkat lifestyle maka generasi z akan

semakin percaya diri untuk menggunakan mobile bangking.

2. Koefisien (X2) = 0,214

Koefisien regresi variable lingkungan social (X2) diketahui sebesar

0,214 dan memiliki nilai positif. Yang artinya menunjukkan arah

secara statistik bahwa apabila lifestyle (X1) naik maka minat untuk menggunakan mobile banking (Y) juga naik. Hal ini mempunyai arti bahwa semakin tinggi Tingkat lifestyle maka generasi z akan semakin percaya diri untuk menggunakan mobile banking.

6. Hasil Uji Hipotesis

a) Pengujian secara persial (Uji-t)

Uji statistik T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria dalam uji T ini adalah jika nilai signifikan $< 0,05$ atau thitung $>$ ttabel maka hipotesis diterima atau ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai ttabel pada penelitian ini adalah 1.99834 dengan menggunakan rumus $df = n-3(66-3)$. Berikut hasil uji statistik T:

Table 4.11 Hasil Secara Persial (Uji-T)

| Model | | Beta | t | Sig. |
|-------|------------|------|-------|------|
| 1 | (Constant) | | 2.797 | .007 |
| | X1 | .609 | 6.699 | .000 |
| | X2 | .214 | 2.166 | .034 |

a. Dependen Variabel: Minat

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

Berdasarkan table 4.8 menunjukkan hasil Uji T sebagai berikut :

1. Lifestyle memiliki nilai thitung 6,699 $>$ ttabel 1.998 dengan tingkat signifikansi 0,000 $<$ 0,05 maka hipotesis diterima atau

secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara lifestyle (X1) terhadap minat menggunakan mobile banking (Y).

2. Lingkungan sosial memiliki nilai thitung 2,166 > ttabel 1.998 dengan tingkat signifikansi 0,034 < 0,05 maka hipotesis diterima atau secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara lifestyle (X2) terhadap minat menggunakan mobile banking (Y).

b) Pengujian Secara Simultan (Uji-F)

Untuk mengetahui pengaruh lifestyle dan lingkungan social secara Bersama sama terhadap minat generai z, yang berguna untuk mencari pengujian hipotesis dengan membandingkan nilai dari f hitung terhadap f table. Berikut hasil uji statistic F:

Tabel 4.12 Hasil Secara Simultan (Uji-F)

Anova^a

| Model | Sum of squares | df | Mean square | f | Sig. |
|---------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1. Regression | 191.394 | 2 | 95.697 | 67.799 | .000 ^b |
| Residual | 88.924 | 63 | 1.411 | | |
| Total | 280.318 | 65 | | | |

a. Devendent Variabel: Y

b. Predictors: (Constant),X2,X1

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

Berdasarkan gambar 4.5 hasil uji Fdiperoleh nilai Fhitung 67,799 > Ftabel 3,14 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak Dimana artinya lifestyle danlingkungan sosial secara Bersama sama

berpengaruh signifikan terhadap minat generasi z dalam menggunakan layanan mobile banking.

c) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi R^2 untuk melihat nilai Adjusted R Square :

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model summary.^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .826 ^a | .683 | .673 | 1.188 |

a. Predictions: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variabel: Y

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

Berdasarkan gambar 4.6 hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa besarnya koefisien determinasi R^2 (Adjusted R Square) adalah sebesar 0,673. Dapat ditarik Kesimpulan bahwa besarnya nilai pengaruh variabel lifestyle dan lingkungan social terhadap variabel minat adalah sebesar 67,3% sedangkan sisanya yaitu sebesar 32,7 dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar penelitian ini. Sebab-sebab lain diluar penelitian yang dapat mempengaruhi minat generasi z menggunakan mobile banking.

B. Pembahasan

1. Pengaruh lifestyle terhadap minat menggunakan mobile banking

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t hitung $>$ dari t table yang mana $6,699 > 1,998$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka berdasarkan kriteria uji signifikan, H_a diterima dan H_o ditolak artinya bahwa lifestyle berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat generasi z menggunakan mobile banking. Hasil tersebut menunjukkan bahwa lifestyle sangat berpengaruh terhadap minat generasi z dalam menggunakan layanan mobile banking.

2. Pengaruh lingkungan social terhadap minat menggunakan mobile banking

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa t hitung $>$ dari t table yang mana $2,166 > 1,998$ dan signifikan $0,034 < 0,05$. Dengan demikian maka berdasarkan kriteria uji signifikan, H_a diterima dan H_o ditolak artinya bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat generas-z menggunakan mobile banking. Hasil tersebut menunjukkan bahwa lingkungan sosial sangat berpengaruh terhadap minat generasi-z dalam menggunakan layanan mobile banking.

3. Pengaruh lifestyle lingkungan social terhadap minat menggunakan mobile banking

Dengan lifestyle signifikan 5% dan jumlah responden 66 orang dengan melakukan uji dua arah, maka didapat F_{table} adalah $df = n - k$ ($66 - 3 = 63$) sehingga diperoleh F_{table} 3,14. Dimana k adalah jumlah

variabel bebas dan terikat dan n adalah jumlah sampel. Dari uji ANOVA atau f tes di dapatkan Fhitung 67,799 berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diputuskan sebagai berikut : Dimana Fhitung > Ftabel yaitu $67,799 > 3,14$ dan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak Dimana artinya lifestyle dan lingkungan social secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat generasi-z dalam menggunakan mobile banking.

Berdasarkan output tersebut ditunjukkan nilai determinan Adjusted R diketahui besarnya pengaruh lifestyle (X1) dan lingkungan sosial (X2) secara Bersama-sama terhadap minat generasi-z menggunakan (Y) dapat dilihat dari nilai R^2 sebesar 0,673 jika dipersentasekan menjadi 67,3%. sedangkan sisanya yaitu sebesar 32,7 dipengaruhi oleh sebab-sebab lain diluar penelitian ini. Sebab-sebab lain diluar penelitian yang dapat mempengaruhi minat generasi z menggunakan mobile banking Desa Koto Majidin Mudik.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Elfira, 2023) atas studi pada *Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kec.Belopa* yang menyatakan bahwa Lifestyle, Lingkungan Sosial, Dan Pengetahuan Berdasarkan Hasil Dari Koefisien Determinasi Mempengaruhi Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kec. Belopa Sebesar 75% Dari Jumlah 100% Yang Artinya Masih Ada Faktor

Lain Sebanyak 25% Yang Mempengaruhi Generasi Milenial
Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kec. Belopa.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh serta pembahasan terkait pengaruh lifestyle dan lingkungan social terhadap minat generasi z dalam menggunakan layanan mobile banking di desa koto majidin mudik maka dihasilkan Kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh lifestyle terhadap minat generasi-z menggunakan mobile banking di desa koto majidin mudik hasil tersebut menunjukkan bahwa t hitung $>$ dari t table yang mana $6,699 > 1,998$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka berdasarkan kriteria uji signifikan, H_a diterima dan H_o ditolak artinya bahwa lifestyle berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat generasi z menggunakan mobile banking.
2. Pengaruh lingkungan sosial terhadap minat generasi z menggunakan mobile banking di desa koto majidin mudik hasil tersebut menunjukkan bahwa t hitung $>$ dari t table yang mana $2,166 > 1,998$ dan signifikan $0,034 < 0,05$. Dengan demikian maka berdasarkan kriteria uji signifikan, H_a diterima dan H_o ditolak artinya bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat generasi-z menggunakan mobile banking.
3. Pengaruh lifestyle dan lingkungan sosial terhadap minat generasi-z dalam menggunakan mobile banking di desa koto majidin mudik

dari uji ANOVA atau F tes ternyata di dapat Fhitung 67,799 berdasarkan perhitungan diatas maka dapat diputuskan sebagai berikut : Dimana Fhitung > Ftabel yaitu $67,799 > 3,14$ dan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak Dimana artinya lifestyle dan lingkungan social secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat generasi-z dalam menggunakan mobile banking. Berdasarkan output tersebut ditunjukkan nilai determinan Adjusted R diketahui besarnya pengaruh lifestyle (X1) dan lingkungan sosial (X2) secara Bersama-sama terhadap minat generasi-z menggunakan (Y) dapat dilihat dari nilai R^2 sebesar 0,673 jika dipersentasekan menjadi 67,3%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka penulis memberikan Saran terhadap penelitian ini sebagai berikut :

1. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya agar meneliti faktor lain diluar dari penelitian ini yang juga memiliki keterkaitan terhadap tingkat penggunaan layanan mobile banking di kalangan generasi z.
2. Diharapkan gaya hidup dan lingkungan sosial generasi z bisa lebih meningkatkan minat generasi-z dalam menggunakan layanan mobile banking di desa koto majidin mudik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, jika meneliti dengan tema yang sama hendaknya memperluas penelitian, agar data yang di peroleh dapat

menjawab persolan apa saja yang menjadi fokus penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap.



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
K E R I N C I

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia Dewi Rahyawati. (2021). *Minat Generasi z Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Kota Semarang*.
- Aulia Rahmawati, & Khaerunnisa Nur Fatimah Syahnur. (2023). Analisis Keputusan Generasi Z Dalam Memilih Bank Digital: Prespektif Teori Diffusion of Innovation. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 20(3), 297–306. <https://doi.org/10.37476/akmen.v20i3.4382>
- Alfaruqy, M. Z. (2022). Generasi Z Dan Nilai-Nilai Yang Dipersepsikan Dari Orangnya. *PSYCHE: Jurnal Psikologi*, 4(1), 84–95.
- Abdullah, M. A. (2007). *Islam, Demokrasi, dan Masyarakat Madani Yogyakarta: Pustaka Pelajar*.
- Aswandi, B. (2020). Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Bujak Kecamatan Batukliang Kabupaten Lombok Tengah NTB). *Skripsi Universitas Negeri Mataram*, 26–27.
- Dalyono, M. (2012). *Psikologi Pendidikan*. 129.
- Desiana. (2012). *Metodologi Penelitian (Sungai Penuh : STAIN Kerinci)*. 157.
- Djalli. (2009). *Psikologi Pendidikan*. 122.
- Duli, N. (2019). *Metedologi Peneletian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data SPSS*.
- Everett Rogers. (2003). *Diffusion of innovations*.
- Elfira, S. W. (2023). *Pengaruh Lifestyle, Lingkungan Sosial Dan Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Milenial Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Kec. Belopa*. 149.
- Fahmi, A., & Aziz, S. (2023). *Peer Influence on Financial Behavior of Generation Z: A Behavioral Study*. 323–341.
- Generasi, X., Generasi, Y., & Z, D. A. N. G. (2020). *Mobile banking z 2*. 04(02), 357–368.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariabel Dengan Program SPSS*.
- Hasnira. (2017). Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Kosumsi Masyarakat Wahdahislamiyyah Makasar. *Skripsi*, 39.
- Hidayah, A. wahyunni P. dan A. ayyuning. (2020). meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui Celebrity Endorser. *Bisnis Terapan*, 04.
- Adelia Dewi Rahyawati. (2021). *Minat Generasi z Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Kota Semarang*.

- Irfani, K. (2024). *Pengaruh Locus of Control Dan Lifestyle Terhadap Financial Management Behaviour Pada Generasi Z*.
- Lima, T. P. K. edisi. (2016). Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia. *Generasi*, 10–23.
- Maksum. (2023). Eksplorasi Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Syariah dan Konvensional Perspektif Theory of Consumption Value. *Jii*, 8(2), 182–197. <https://doi.org/10.32505/jii.v8i2.7717>
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146. <https://doi.org/10.22373/cj.v2i2.4161>
- Mauliddiyah, N. L. (2021). *Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Kota Semarang*. 6.
- Perbanas. (2023). Pentingnya Mobile Banking untuk Rebut Pangsa Generasi Muda. *Perhimpunan Bank Nasional*.
- Pithaloka, K. R. D. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bri Di Indonesia (Studi Kasus: Generasi Y dan Generasi Z). *Karya Ilmiah - Skripsi*.
- Rohmah, L. W. (2023). Pengaruh Lifestyle, Subjective Norm, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Bersertifikat Halal Pada Generasi Z Di Surakarta. *Repository UIN Raden Mas Said Surakarta*.
- Sugiyono. (2014). memahami penelitian kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 51. <https://doi.org/10.24853/jmmb.2.1.51-62>.
- Ulfa, L., Sholihannisa, U., Supriyati, S. U., Indonesia, U. K., Rohima, S., & Sriwijaya, U. (2023). *Kewirausahaan Era Society 5 . 0* (Issue March).

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *LIFESTYLE* DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP
MINAT GENERASI-Z DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE*
***BANKING* DI DESA KOTOMAJIDIN MUDIK**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu Dosen IAIN Kerinci

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian saya yang berjudul “Pengaruh *Lifestyle* dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Desa Koto Majidin Mudik”. Oleh karena itu, saya :

Nama : Delta Zeny
NIM : 2110401012
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Memohon kesediaan Saudara/saudari untuk berpartisipasi menjadi responden dalam penelitian ini. Mohon sekiranya Saudara/saudari mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya. Semua jawaban yang Saudara/saudari berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini.

Sebelumnya peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan respon Saudara/saudari yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Delta zeny
Nim. 2110401012

Kuesioner Penelitian

Pernyataan-pernyataan berikut adalah item-item mengenai Pengaruh *Lifestyle* dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Desa Koto Majidin Mudik. Untuk itu mohon kepada Saudara/saudari memberi tanda centang (√) atau silang (X) pada angka 1 sampai 4 dari setiap pernyataan berikut sesuai dengan keadaan Saudara/saudari menggunakan layanan Mobile Banking.

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat
2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Saudara/saudari sebenarnya.
3. Berikanlah tanda centang (√) atau silang (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Saudara/saudari.
4. Jawaban Saudara/saudari sangat berharga dan akan dijamin kerahasiaannya.
5. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, jadi jawablah sesuai dengan keadaan Saudara/saudari.
6. Setiap pilihan jawaban memiliki skor sebagai berikut:

| Pilihan Jawaban | Skor |
|---------------------------|------|
| Sangat Setuju (SS) | 4 |
| Setuju (S) | 3 |
| Tidak Setuju (TS) | 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

7. Contoh pengisian angket :

| NO | PERNYATAAN | Jawaban | | | |
|----|--|---------|---|----|-----|
| | | SS | S | TS | STS |
| 1 | Saya melihat teman – teman banyak yang menggunakan Mobile Banking dan tertarik untuk mencobanya. | √ | | | |

B. Data Responden

1. Jenis Kelamin :
2. Umur :

1. Minat Menggunakan Mobile Banking (Y)

Kuesioner variabel keputusan

| NO | PERNYATAAN | Jawaban | | | |
|----|---|---------|---|----|-----|
| | | SS | S | TS | STS |
| 1 | Saya tertarik menggunakan mobile banking karena kemudahan transaksi. | | | | |
| 2 | Saya akan merekomendasikan mobile banking kepada teman dan keluarga | | | | |
| 3 | Saya melihat teman – teman banyak yang menggunakan mobile banking dan tertarik untuk mencobanya. | | | | |
| 4 | Saya menggunakan mobile banking karena banyaknya manfaat untuk memenuhi transaksi | | | | |
| 5 | Menggunakan mobile banking dapat dilakukan dirumah, di kantor dan dimana saja dan memperlancar pekerjaan saya | | | | |

Sumber: Data primer yang diolah 2024

2. Variabel Lifestyle

Kuesioner variabel kemudahan

| NO | PERNYATAAN | Jawaban | | | |
|----|--|---------|---|----|-----|
| | | SS | S | TS | STS |
| 1 | Saya lebih suka melakukan transaksi keuangan secara online karena lebih mudah | | | | |
| 2 | Saya memiliki waktu yang cukup untuk mengikuti perkembangan teknologi keuangan | | | | |
| 3 | Kemudahan akses internet mempengaruhi keputusan saya menggunakan mobile banking | | | | |
| 4 | Saya dapat melakukan berbagai jenis transaksi melalui mobile banking. (transfer, pembayaran, pembelian, dll) | | | | |
| 5 | Kenyamanan dan efisiensi waktu mempengaruhi keputusan menggunakan mobile banking | | | | |

Sumber: Data primer yang diolah 2024

3. Variabel Lingkungan Sosial

Kuesioner variabel kepuasan

| NO | PERNYATAAN | Jawaban | | | |
|----|---|---------|---|----|-----|
| | | SS | S | TS | STS |
| 1 | Informasi tentang mobile banking dari lingkungan sekolah mempengaruhi Keputusan saya untuk menggunakan mobile banking | | | | |
| 2 | Keluarga saya sudah menggunakan mobile banking | | | | |
| 3 | Informasi tentang mobile banking dari lingkungan sosial mempengaruhi keputusan saya | | | | |
| 4 | Saya akan terus menggunakan BRImo dimasa mendatang | | | | |
| 5 | Saya akan mengajak teman-teman saya untuk mencoba mobile banking | | | | |

Sumber: Data primer yang diolah 2024

Lampiran 2 Tabulasi data penelitian

| RESPONDEN | MINAT | | | | | JUMLAH |
|-----------|-------|------|------|------|------|--------|
| | Y1.1 | Y1.2 | Y1.3 | Y1.4 | Y1.5 | |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 21 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 7 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 9 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 10 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 13 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 14 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 15 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 18 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 19 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 20 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 24 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 26 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 27 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 29 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 12 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 31 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 15 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 33 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 35 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 39 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 40 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 43 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 44 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 45 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 49 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 17 |
| 50 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 54 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 17 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 56 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 17 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 59 | 2 | 4 | 3 | 3 | 1 | 13 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 19 |
| 61 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 63 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 65 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 18 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

Sumber: Data yang diolah dengan EEL ,2025

| RESPONDEN | LIFESTYLE | | | | | JUMLAH |
|-----------|-----------|------|------|------|------|--------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 7 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 13 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 19 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 20 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 24 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 27 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 28 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 29 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 31 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 14 |
| 32 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 37 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 40 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 43 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 47 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 49 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 50 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 53 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 54 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 58 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 59 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 16 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 61 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 14 |
| 62 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 16 |
| 63 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

Sumber: Data yang diolah dengan EEL, 2025

| RESPONDEN | LINGKUNGAN SOSIAL | | | | | JUMLAH |
|-----------|-------------------|------|------|------|------|--------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | |
| 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 16 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 13 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 16 |
| 6 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 17 |
| 7 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 15 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 13 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 14 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 16 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 17 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 20 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 23 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 24 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 28 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 14 |
| 30 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 31 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 32 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 33 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 36 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 37 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 15 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 40 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 41 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 42 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 43 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 44 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 47 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 17 |
| 51 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 53 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 14 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 55 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 56 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 59 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 14 |
| 60 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 63 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 18 |
| 64 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |

Sumber: Data yang diolah dengan EEL ,2025

Lampiran 3 Uji validitas dan reliabel

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Minat Y.

| Nomor Item | R hitung | >< | R tabel | Keterangan |
|------------|----------|----|---------|------------|
| 1 | 0,676 | > | 0,242 | Valid |
| 2 | 0,454 | > | 0,242 | Valid |
| 3 | 0,817 | > | 0,242 | Valid |
| 4 | 0,300 | > | 0,242 | Valid |
| 5 | 0,506 | > | 0,242 | Valid |

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel X1

| Nomor Item | R hitung | >< | R tabel | Keterangan |
|------------|----------|----|---------|------------|
| 1 | 0,830 | > | 0,242 | Valid |
| 2 | 0,516 | > | 0,242 | Valid |
| 3 | 0,460 | > | 0,242 | Valid |

| | | | | |
|---|-------|---|-------|-------|
| 4 | 0,476 | > | 0,242 | Valid |
| 5 | 0,408 | > | 0,242 | Valid |

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel X2

| Nomor Item | R hitung | > < | R tabel | Keterangan |
|------------|----------|-----|---------|------------|
| 1 | 0,821 | > | 0,242 | Valid |
| 2 | 0,832 | > | 0,242 | Valid |
| 3 | 0,757 | > | 0,242 | Valid |
| 4 | 0,839 | > | 0,242 | Valid |
| 5 | 0,907 | > | 0,242 | Valid |

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25,2025

Lampiran 4 Analisis deskriptif

Deskripsi Data

| Keterangan | jumlah | Persentase |
|-----------------------------------|--------|------------|
| Kuesioner yang disebarakan | 66 | 100% |
| Kuesioner yang kembali dan diolah | 66 | 100% |
| Kuesioner yang tidak kembali | 0 | 0 |

Sumber: Data primer yang diolah,2025

Keadaan Responden Menurut Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Persentase % |
|----|---------------|----------------|--------------|
| 1 | Laki-laki | 22 | 33,% |

| | | | |
|---|-----------|----|------|
| 2 | Perempuan | 44 | 67% |
| | Jumlah | 66 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah,2025

Kedaaan Responden Menurut Tingkat Usia

| No | Tingkat Usia | Jumlah (orang) | Persentase % |
|----|--------------|----------------|--------------|
| 1 | 12-15 Tahun | 0 | 0 |
| 2 | 15-20 Tahun | 3 | 5% |
| 3 | 20-27 Tahun | 63 | 95% |
| | Jumlah | 66 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah,2025

Lampiran 5 Uji hipotesis

Hasil Secara Parsial (Uji-T)

| Model | | Beta | t | Sig. |
|-------|----|------|------------|------|
| | | 1 | (Constant) | |
| | X1 | .609 | 6.699 | .000 |
| | X2 | .214 | 2.166 | .034 |

a. Dependen Variabel: Minat

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

Hasil Secara Simultan (Uji-F)

Anova^a

| Model | | Sum of squares | df | Mean square | f | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 191.394 | 2 | 95.697 | 67.799 | .000 ^b |
| | Residual | 88.924 | 63 | 1.411 | | |
| | Total | 280.318 | 65 | | | |

a. Deventent Variabel: Y

b. Predictors: (Constant),X2,X1

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .826 ^a | .683 | .673 | 1.188 |

a. Predictions: (Constant),X2,X1

c. Dependent Variabel: Y

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

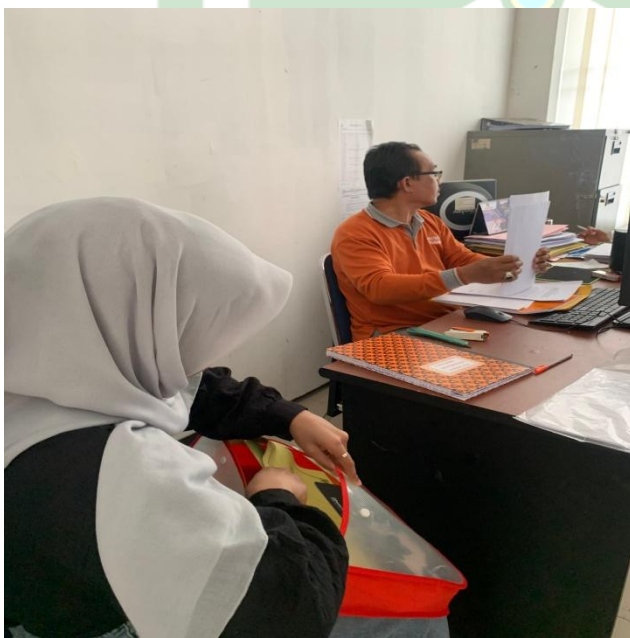
Coefficients^a

| Model | Ustandardized B | Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|-------------|-----------------|-------------------------|--------------------------------|-------|------|
| 1(Constant) | 3.512 | 1.256 | | 2.797 | .007 |
| X1 | .609 | .091 | .663 | 6.699 | .000 |
| X2 | .241 | .099 | .214 | 2.166 | .034 |

a. Dependent Variabel: Y

Sumber: data primer yang diolah dengan SPSS 25,2025

Lampiran 6 dokumentasi penelitian





INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data pribadi

Nama : Delta Zeny
Tempat, tanggal lahir : kotomajidin, 11 juni 2003
Jenis kelamin : perempuan
Agama : islam
Alamat : kotomajidin mudik
No. Handphone : 081348208163
Alamat Email : deltazeny06@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Tk Aljihad Koto Majidin
SD 40/III Koto Majidin
MTSN 02 Kerinci
MAN 02 Kerinci

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI