

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
GENERASI Z UNTUK MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH
(STUDI KASUS DI KELURAHAN BULURAN KENALI
KECAMATAN TELANAI PURA KOTA JAMBI)**

Dia Sartika¹, Addiarrahman^{2*} dan Sri Rahma^{3*}

diasartika@gmail.com

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

addiarrahman@uinjambi.ac.id

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

srirahma@uinjambi.ac.id

Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Abstrak

Perbankan syariah merupakan industri keuangan syariah yang paling berkembang di Indonesia dibanding industri pasar modal syariah dan industri keuangan nonbank syariah. Salah satu segmentasi pasar yang potensial adalah segmentasi masyarakat Generasi Z karena merupakan generasi yang sedang berada pada usia produktif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor produk, promosi, lokasi, secara parsial dan simultan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah di Kelurahan Buluran Kenali Kota Jambi. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan menggunakan angket dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial produk, promosi, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa bank Syariah di Kelurahan Buluran Kenali Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi. Secara simultan, variabel produk, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah pada Kelurahan Buluran Kenali Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi dengan persentase sebesar 82,5%.

Kata Kunci: Generasi Z, keputusan menabung, perbankan syariah

Abstract

Islamic banking is the most developed Islamic financial industry in Indonesia compared to the Islamic capital market industry and the Islamic non-bank financial industry. One of the potential market segments is the Generation Z community segmentation because it is a generation that is at a productive age. This study aims to determine the influence of product, promotion, location, partially and simultaneously on the decision to use Islamic bank services in Buluran Kenali Village, Jambi City. This research approach uses a quantitative descriptive approach. Data were collected using questionnaires and field observations. The results showed that partially product, promotion, and location had an influence on the decision to use Islamic bank services in Buluran Kenali Village, Telanai Pura District, Jambi City. Simultaneously, product, promotion, and location variables influence the decision to use Islamic banking services in

Buluran Kenali Village, Telanai Pura District, Jambi City with a percentage of 82.5%.

Keywords: Generation Z, saving decision, Islamic banking.

A. PENDAHULUAN

Bank merupakan lembaga keuangan yang mengumpulkan dana masyarakat atau menerima simpanan uang dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit atau peminjaman uang, dan juga menerbitkan promes (*banknote*) demi meningkatkan taraf hidup masyarakat luas (Sumartik, 2018). Bank Syariah adalah sebuah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip dan syariat Islam. Bank syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana (Ismail, 2017). Perbankan syariah merupakan industri keuangan syariah yang paling berkembang di Indonesia dibanding industri pasar modal syariah dan industri keuangan nonbank syariah.

Bank Syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah. Imbalan yang diterima oleh bank syariah maupun yang dibayarkan kepada nasabah tergantung dari akad dan perjanjian antara nasabah dan bank. Perjanjian atau akad yang terdapat di perbankan syariah harus tunduk pada syarat dan rukun akad sebagaimana diatur dalam syariah Islam (Ismail, 2017).

Perkembangan perbankan syariah di Jambi masih stagnan dengan pangsa hanya berkisar 5%, masih lebih rendah dari angka pasar sebesar 5,55% berdasarkan data OJK pada Perkembangan Nasional Perbankan Syariah 2019. Menurut data OJK pada Januari 2023, banyaknya Bank Umum Syariah (BUS) di Provinsi Jambi adalah sebanyak 4 Kantor Cabang (KC) dan 17 Kantor Cabang Pembantu (KCP), sedangkan Unit Usaha Syariah (UUS) sebanyak 5 Kantor Cabang (KC) dan 2 Kantor Cabang Pembantu (KCP) (Ojk, 2023).

Kelurahan Buluran Kenali merupakan salah satu kelurahan yang ada di Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi. Dengan jumlah penduduk sebesar 6.760 jiwa. Penduduk Kelurahan Buluran Kenali memiliki keberagaman khususnya

suku dan agama. Dalam keagamaan, mayoritas di kecamatan ini memeluk agama Islam. Berikut merupakan data jumlah penduduk Kelurahan Buluran Kenali berdasarkan umur:

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Kelurahan Buluran Kenali Berdasarkan Umur

No	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk (Jiwa)
1	0 -12 Tahun	381
2	13-27Tahun	2.165
3	28-42Tahun	1.623
4	43-57Tahun	1.352
5	58-72Tahun	973
6	>72Tahun	266
Total		6.760

Sumber: Kelurahan Buluran Kenali

Dalam penelitian ini, objek penelitian adalah generasi Z yang berdomisili atau aktif di Kelurahan Buluran Kenali Kota Jambi. Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa jumlah penduduk pada usia produktif lebih banyak dibandingkan dengan kelompok umur lainnya. Generasi Z yang merupakan penduduk dengan usia 13 hingga 27 tahun sebanyak 2.165 jiwa. Banyaknya masyarakat Generasi Z sangat berpeluang untuk memilih dan menggunakan bank syariah. Pertimbangan objek penelitian karena sebagian besar generasi Z aktif di perkotaan.

Z generation merupakan generasi yang hidup dalam kecanggihan dunia digital. Z generation atau generasi Z menjalani sebagian besar kehidupan dengan mengandalkan fungsi-fungsi teknologi yang telah ada dan berlimpah. Dampaknya, generasi Z cenderung melakukan aktivitas-aktivitas kekinian yang bersentuhan erat dengan pemanfaatan teknologi. Untuk itu, buku ini menguraikan tentang bagaimana sebaiknya generasi Z memanfaatkan teknologi dengan bijak sehingga memiliki kepekaan dan kepedualian terhadap kehidupan sosial di sekitar mereka (BPPB, 2018). Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan generasi Z untuk menggunakan jasa bank syariah di Kelurahan Buluran Kota Jambi.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan jasa Bank Syariah dalam memilih bank syariah adalah faktor produk. Dalam hal ini, produk bank syariah yang disediakan adalah macam-macam tabungan yang berbeda dengan bank konvensional, seperti Tabungan Mudharabah, TabunganKu,

Tabungan Easy Wadiah dan macam-macam tabungan lainnya. Faktor kedua adalah faktor promosi. Promosi bank syariah yang dilakukan adalah dengan Periklanan (*Advertising*), Promosi Penjualan, Publisitas, Penjualan Pribadi (*Personal Selling*), dan Orang (*People*). Faktor ketiga adalah faktor lokasi. Lokasi bank syariah yang ada belum memenuhi keperluan masyarakat dikarenakan kantor cabang dan ATM belum banyak tersebar. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iwan Suryawan (2023) dan Ali Hardana (2022) yang menjelaskan bahwa faktor produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah di bank syariah. Penelitian Titik Nurjannah Wijayanti (2020) dan Sri Rahma (2021) menjelaskan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah di Bank Syariah.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Objek dalam penelitian ini ialah masyarakat yang berada di lingkungan Kelurahan Buluran Kenali Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi. Penelitian ini dilakukan mulai Bulan Mei hingga Agustus 2023. Adapun jenis data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data primer diperoleh dari angket/kuesioner yang disebar kepada generasi Z di Kelurahan Buluran Kenali yang menggunakan jasa bank syariah. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Adapun analisis statistik yang digunakan adalah uji instrumen, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pengujian Instrumen

a. Hasil Uji Validitas

Pada penelitian ini kuesioner diuji kepada 96 sampel ($n=96$, $df=94$) dengan tingkat signifikansi 5% didapatkan r -tabel adalah 0,2006. Didapatkan nilai r -hitung untuk seluruh pertanyaan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
Produk	1	0.568	0,2006	Valid
	2	0.699	0,2006	Valid
	3	0.713	0,2006	Valid
	4	0.606	0,2006	Valid
	5	0.503	0,2006	Valid
	6	0.574	0,2006	Valid
	7	0.627	0,2006	Valid
Promosi	1	0.656	0,2006	Valid
	2	0.597	0,2006	Valid
	3	0.587	0,2006	Valid
	4	0.620	0,2006	Valid
	5	0.602	0,2006	Valid
	6	0.621	0,2006	Valid
	7	0.734	0,2006	Valid
Lokasi	1	0.568	0,2006	Valid
	2	0.604	0,2006	Valid
	3	0.709	0,2006	Valid
	4	0.680	0,2006	Valid
	5	0.642	0,2006	Valid
	6	0.605	0,2006	Valid
	7	0.574	0,2006	Valid
Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah	1	0.670	0,2006	Valid
	2	0.670	0,2006	Valid
	3	0.652	0,2006	Valid
	4	0.708	0,2006	Valid
	5	0.616	0,2006	Valid
	6	0.528	0,2006	Valid
	7	0.506	0,2006	Valid

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat keseluruhan item pernyataan variabel produk (X_1), variabel promosi (X_2), variabel lokasi (X_3) dan variabel keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y) dimana masing-masing variabel terdiri dari 7 pernyataan dinyatakan valid dikarenakan nilai r-hitung lebih besar dari pada r-tabel (0,2006). Dengan demikian, kuesioner dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk seberapa jauh angket penelitian dikatakan dapat digunakan untuk sampel yang serupa. Untuk reliabilitas dari data penelitian menggunakan *Cronbach's alpha coefficients* dengan bantuan software SPSS 25. Dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*

> 0,70. Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya.

Tabel 4.2 Uji Reliabilitas Kuesioner

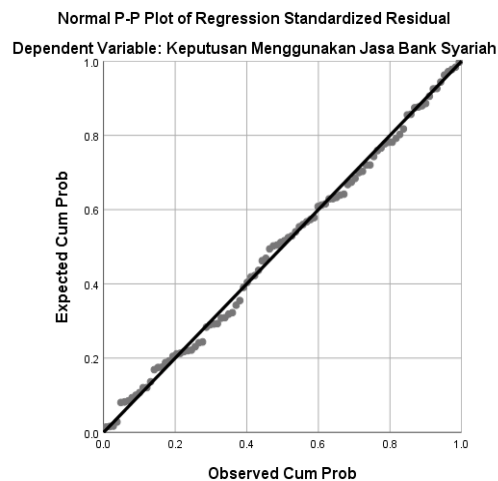
Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Produk	7	0,709	Reliabel
Promosi	7	0,764	Reliabel
Lokasi	7	0,728	Reliabel
Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah	7	0,72	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pada variabel produk (X_1), promosi (X_2), lokasi (X_3) dan keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berstatus reliable dan kuesioner penelitian dapat digunakan.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah ada data variabel memiliki hubungan distribusi yang normal atau tidak. Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah ada data variabel memiliki hubungan distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan statistik uji P-Plot dengan SPSS 25. Hasil pengujian normalitas dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilihat dari Normal P-Plot, terlihat bahwa pola residual mengikuti garis lurus (garis diagonal) yang berarti data pada penelitian ini merupakan data berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Uji asumsi autokorelasi bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi digunakan uji *Durbin Watson*, adapun hasil uji autokorelasi pada penelitian ini ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.911	0.831	0.825	1.900	1.774

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* sebesar 1,774 sedangkan dari tabel *Durbin Watson* dengan signifikansi 0,05 jumlah sampel sebanyak 96, serta jumlah variabel independen sebanyak 3 variabel ($k=3$) diperoleh nilai dL sebesar 1,6039 dan dU sebesar 1,7326. Pada penelitian tidak terjadi autokorelasi karena $dU < dW < 4 - dU$ yaitu $1,7326 < DW < 2,2674$.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui tidak adanya korelasi antar variabel bebas yaitu variabel Produk (X_1), variabel Promosi (X_2) dan variabel Lokasi (X_3). Sehingga dengan uji ini dapat diketahui bahwa untuk masing-masing variabel bebas memang benar-benar bebas. Pada penelitian ini, untuk melakukan uji multikolinieritas menggunakan bantuan program SPSS 25.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

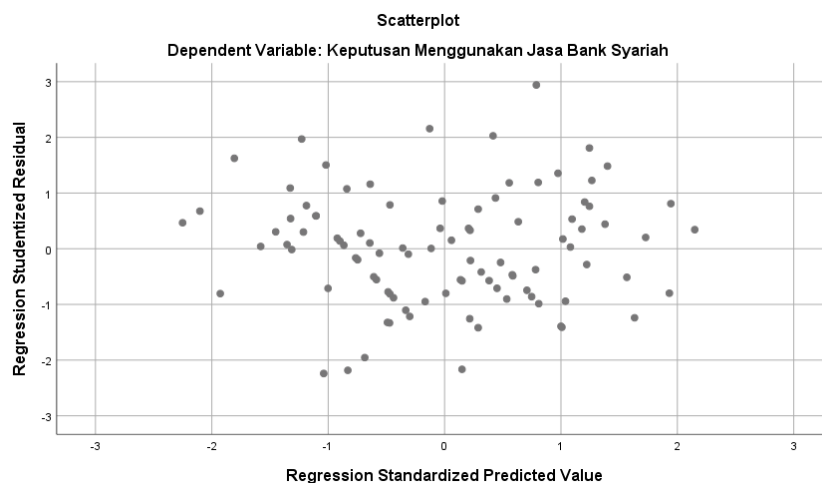
Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0.611	1.636
X2	0.308	3.245
X3	0.297	3.367

Sumber: Data primer yang di olah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11, terlihat bahwa nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ dengan demikian maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya semua variabel Produk (X_1), variabel Promosi (X_2) dan variabel Lokasi (X_3) tidak terjadi multikolinearitas sehingga proses analisis dapat dilanjutkan.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan *Scatterplot* dengan bantuan SPSS 25 pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Grafik di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Sehingga proses analisis dapat dilanjutkan.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah). Berikut merupakan hasil uji F yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1629.935	3	543.312	150.569	0.000
Residual	331.971	92	3.608		
Total	1961.906	95			

Sumber: Data primer yang di olah, 2023

Berdasarkan hasil uji F dengan bantuan perhitungan dari program SPSS 25, maka terlihat bahwa dalam uji F statistik ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Produk (X_1), variabel Promosi (X_2) dan variabel Lokasi (X_3) secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y).

b. Uji t

Uji-t bertujuan untuk melihat secara parsial apakah pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) signifikan atau tidak. Adapun hasil Uji-t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
Konstanta	-1.231	0.222
X1	5.091	0.000
X2	5.115	0.000
X3	4.439	0.000

Sumber: Data primer yang di olah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh nilai:

1) Produk (X_1) terhadap Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y)

Nilai signifikansi variabel Produk (X_1) adalah sebesar 0,000. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa Produk berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$).

2) Promosi (X_2) terhadap Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y)

Nilai signifikansi variabel Promosi (X_2) adalah sebesar 0,000. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa Promosi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$).

3) Lokasi (X_3) terhadap Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y)

Nilai signifikansi variabel Lokasi (X_3) adalah sebesar 0,000. Hasil perhitungan tersebut menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah dengan nilai signifikan yang lebih kecil dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$).

4. Model Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis program SPSS 25 maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk dari tabel koefisien sebagai berikut:

Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien
Konstanta	-1.531
Produk (X_1)	0.288
Promosi (X_2)	0.415
Lokasi (X_3)	0.362

Sumber: Data primer yang di olah, 2023

Adapun persamaan regresi linear yang terbentuk adalah:

$$Y = -1,531 + 0,288 X_1 + 0,415 X_2 + 0,362 X_3$$

- Konstanta = -1,531
- Kualitas lokasi (X_1) = 0,278
- Promosi (X_2) = 0,415
- Lokasi (X_3) = 0,362

Nilai koefisien Lokasi (X_3) bertanda positif terhadap Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,222. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel lokasi di naikan 1 poin atau satuan sementara, maka variabel keputusan menggunakan jasa Bank Syariah akan meningkat sebesar 0,362.

5. Koefisien Determinan (R^2)

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependent secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel model summary berikut ini:

Tabel 4.8 Hasil Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.911	0.831	0.825

Sumber: Data primer yang di olah, 2023

Pada tabel di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,825 = 82,5%. Ini berarti variabel Produk (X1), variabel Promosi (X2) dan variabel Lokasi (X3) secara bersama-sama mempengaruhi variabel Keputusan menggunakan jasa Bank Syariah (Y) sebesar 82,5% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

D. KESIMPULAN

1. Produk memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah pada Kelurahan Buluran Kenali Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jika produk semakin meningkat maka keputusan menggunakan jasa Bank Syariah juga akan meningkat.
2. Promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah pada Kelurahan Buluran Kenali Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jika promosi semakin meningkat maka keputusan menggunakan jasa Bank Syariah juga akan meningkat.
3. Lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah pada Kelurahan Buluran Kenali Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Jika lokasi semakin meningkat maka keputusan menggunakan jasa Bank Syariah juga akan meningkat.
4. Secara simultan, variabel produk, promosi, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa Bank Syariah pada Kelurahan Buluran Kenali Kecamatan Telanai Pura Kota Jambi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, J. (2019). *Kendali Tekanan Darah Pada Pasien Hipertensi Poliklinik Penyakit Dalam RSUPN Dr. Cipto*. Skripsi. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Andespa, R., Minat Generasi Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Syariah, *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, (Vol.3 No.2, 2018).
- Hardana, A., Jafar Nasution, Arti Damisa, Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Lokasi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, (Vol.7, No.2, 2022).
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. *Z Generation yang Berjiwa Sosial*. (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2018).
- Otoritas Jasa Keuangan, Laporan Tahunan 2019.
- Suryawan, I.dan Joko Susilo, Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Lokasi, dan Nilai Syariah Terhadap Keputusan Menabung di Bank syariah (Studi pada Himpunan Mahasiswa Bima kota Samarinda), *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman*(Vol.2, No.1, 2023).
- Agustin, H. Teori Bank Syariah.*Jurnal Perbankan Syariah* (Vol.2 No.1, 2021).
- Amelia, R., Lestari, I. & Nasib, *Keuangan & Perbankan*, (Bandung: CV Sadari, 2019).
- Ismail. *Perbankan Syariah*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017).
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. (Jakarta, PT. Grafindo Persada: 2012).
- Kotler, P. dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran*. (Jakarta, Erlangga: 2011).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2019).
- Sumartik dan Misti Hariasih, *Buku Ajar Manajemen Perbankan*, (Jawa Timur: UMSIDA Press, 2018).
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa: Prinsip Penerapan, dan Penelitian*. (Yogyakarta, Andi Offset: 2014).

Wijoyo, Hadion dkk, Generasi Z & Revolusi Industri 4.0, (Purwokerto: CV Pena
Persada)