

Literature Review: Dinamika Persepsi Nasabah terhadap Perkembangan Digital Banking Syariah

Malfaliya Nabila¹, Drajat Stiawan²

¹²UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

email: malfaliya.nabila@mhs.uingusdur.ac.id¹, drajatstiawan@uingusdur.ac.id²

ABSTRAK: Transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam industri perbankan syariah, terutama melalui hadirnya layanan digital seperti mobile banking, internet banking, dan aplikasi berbasis syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika persepsi nasabah dalam menghadapi inovasi digital banking syariah, dengan fokus pada faktor yang mendorong penerimaan maupun kendala yang dihadapi. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan literature review, di mana data diperoleh dari artikel jurnal, prosiding, dan publikasi akademik melalui Google Scholar serta Publish or Perish. Analisis dilakukan dengan metode content analysis untuk menemukan pola dan dinamika persepsi nasabah. Hasil kajian menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z cenderung memiliki persepsi positif karena menilai layanan digital lebih praktis, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan era digital. Namun, terdapat pula tantangan seperti isu keamanan data, keterbatasan literasi digital, ketidakmerataan infrastruktur, serta keraguan mengenai kepatuhan syariah yang membuat persepsi nasabah beragam. Selain itu, perbedaan antar generasi dan segmen nasabah menunjukkan bahwa strategi inovasi digital bank syariah tidak bisa disamaratakan. Secara keseluruhan, digital banking syariah memiliki kelebihan dalam meningkatkan efisiensi, kepuasan, dan loyalitas nasabah, tetapi kelemahan pada aspek edukasi dan transparansi syariah masih perlu diperbaiki. Penelitian ini menyarankan agar bank syariah memperkuat keamanan, meningkatkan literasi digital, serta menegaskan kepatuhan syariah agar inovasi digital lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci: digital banking syariah, persepsi nasabah, inovasi, loyalitas, literatur review

ABSTRACT: Digital transformation has significantly reshaped the Islamic banking industry, particularly through the emergence of services such as mobile banking, internet banking, and sharia-based applications. This study aims to analyze the dynamics of customer perceptions in responding to Islamic digital banking innovations, focusing on both the drivers of acceptance and the challenges encountered. This research employs a qualitative method with a literature review approach, in which data were collected from journal articles, conference proceedings, and academic publications using Google Scholar and Publish or Perish. Data were analyzed using content analysis to identify patterns and dynamics in customer perceptions. The findings reveal that millennials and Gen Z tend to hold positive perceptions as they consider digital banking services practical, efficient, and aligned with digital lifestyle needs. However, challenges such as data security issues, limited digital literacy, unequal infrastructure, and doubts about sharia compliance contribute to diverse perceptions among customers. Furthermore, generational and segmental differences indicate that innovation strategies cannot be applied uniformly across all users. Overall, Islamic digital banking offers advantages in enhancing efficiency, satisfaction, and customer loyalty, yet weaknesses in education and sharia transparency still need improvement. This study suggests that Islamic banks should strengthen security, improve digital literacy, and ensure sharia compliance to make digital innovations more inclusive and sustainable.

Keywords: Islamic digital banking, customer perception, innovation, loyalty, literature review

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam industri perbankan, termasuk bank syariah. Layanan digital seperti mobile banking, internet banking, dan aplikasi pembayaran berbasis syariah hadir sebagai jawaban atas kebutuhan nasabah yang menginginkan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi. Di Indonesia, jumlah pengguna digital banking terus meningkat setiap tahunnya. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan bahwa nilai transaksi melalui kanal digital perbankan di Indonesia mencapai Rp87 kuadriliun per Desember 2024, mengalami kenaikan sebesar 50,6% dibandingkan tahun sebelumnya. (OJK, 2024). Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar transaksi perbankan sekarang dilakukan secara digital seiring dengan perubahan preferensi masyarakat dan percepatan transformasi digital terutama pasca pandemi COVID-19.

Namun, dinamika persepsi nasabah terhadap inovasi digital banking syariah tidak selalu seragam. Sebagian nasabah, khususnya generasi milenial dan Gen Z, cenderung menyambut positif inovasi ini karena selaras dengan gaya hidup digital mereka. Mereka menilai layanan digital bank syariah praktis, efisien, dan tetap sesuai prinsip syariah. (Avandi et al., 2024). Sebaliknya, sebagian nasabah dari kalangan yang lebih tua atau belum terbiasa dengan teknologi justru merasa khawatir terkait keamanan data, kerumitan penggunaan aplikasi, serta kepastian kesesuaian syariahnya.

Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan bank syariah dalam mengembangkan inovasi digital dengan kenyataan di lapangan, di mana persepsi nasabah bisa menjadi faktor penentu keberhasilan implementasi layanan digital. Oleh karena itu, memahami dinamika persepsi nasabah menjadi penting, agar bank syariah mampu menyesuaikan strategi inovasinya dengan kebutuhan dan keyakinan pengguna. Meskipun inovasi digital banking pada bank syariah terus berkembang pesat, masih terdapat kesenjangan antara ekspektasi bank dalam menyediakan layanan yang cepat, aman, dan sesuai prinsip syariah dengan persepsi nasabah yang beragam. Sebagian nasabah merasakan manfaat dari kemudahan layanan digital, tetapi sebagian lainnya masih menghadapi kendala seperti kurangnya literasi digital, keraguan atas keamanan data, serta kekhawatiran terhadap kepatuhan syariah dalam transaksi online. Perbedaan persepsi ini menunjukkan adanya dinamika yang belum banyak dikaji secara mendalam melalui pendekatan literatur, sehingga diperlukan penelitian yang mampu mengungkap bagaimana nasabah memaknai, menerima, atau bahkan menolak inovasi digital banking syariah.

Penelitian sebelumnya tentang digital banking syariah umumnya hanya menyoroti kepuasan atau loyalitas nasabah secara umum, tetapi belum banyak yang mengulas bagaimana persepsi nasabah terbentuk dan berubah ketika menghadapi inovasi layanan digital. Beberapa studi lebih fokus pada aspek teknis dan keuntungan digital banking, sementara pemahaman mendalam mengenai pengalaman nyata nasabah, termasuk keraguan, tantangan, dan penerimaan mereka terhadap layanan digital bank syariah, masih jarang dikaji. Hal ini menimbulkan kesenjangan penelitian yang perlu diisi dengan kajian literatur untuk menggambarkan dinamika persepsi nasabah secara lebih komprehensif.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap inovasi digital banking syariah cenderung positif, meskipun masih menyisakan tantangan. Alfionita & Ramadhan (2025) menemukan bahwa layanan digital bank syariah dinilai memberi kemudahan dan kenyamanan, tetapi masih ada kekhawatiran terkait keamanan data dan transaksi. Senada dengan itu, penelitian Ilmi et al (2025) menunjukkan mahasiswa sebagai generasi digital native menilai mobile banking syariah efisien dan sesuai gaya hidup modern, namun tetap meragukan transparansi akad dan perlindungan data pribadi. Sementara itu, Iqbal & Putri (2025) menegaskan bahwa inovasi layanan digital seperti pembukaan rekening online dan konsultasi

berbasis aplikasi mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas Gen Z, walau masih terhambat oleh literasi digital yang belum merata serta keterbatasan infrastruktur.

Di sisi lain, penelitian yang fokus pada strategi institusi menekankan pentingnya adaptasi inovasi. Wathon (2024) menjelaskan bahwa lembaga keuangan syariah perlu mengadopsi strategi inovasi yang adaptif dan kolaboratif dengan fintech, dengan kepatuhan syariah sebagai variabel penting. Nuraini (2023) juga menyoroti dinamika perbankan syariah di era digital yang diwarnai tantangan regulasi, keamanan data, dan persaingan ketat dengan bank konvensional maupun fintech, sehingga inovasi yang berbasis teknologi tetap harus sejalan dengan prinsip syariah. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa meskipun inovasi digital bank syariah dipandang positif oleh nasabah, keberhasilan adopsinya masih sangat dipengaruhi oleh faktor keamanan, literasi digital, regulasi, dan kepatuhan syariah.

Transformasi digital dalam industri perbankan syariah membawa peluang besar sekaligus tantangan yang tidak dapat diabaikan. Di satu sisi, inovasi layanan digital mampu meningkatkan efisiensi, memperluas akses, dan menghadirkan kenyamanan bagi nasabah. Namun di sisi lain, keberhasilan inovasi ini sangat ditentukan oleh bagaimana nasabah memaknai dan merespons perubahan tersebut. Persepsi yang terbentuk baik berupa kepercayaan maupun keraguan akan berpengaruh langsung terhadap keberlanjutan penggunaan layanan digital bank syariah. Oleh karena itu, penting untuk menelaah dinamika persepsi nasabah agar dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai sejauh mana inovasi digital diterima, dipahami, dan dijalankan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam dinamika persepsi nasabah dalam menghadapi inovasi digital banking syariah melalui kajian literatur. Fokus penelitian ini adalah menganalisis bagaimana nasabah, khususnya generasi yang melek digital, menanggapi kemudahan, tantangan, serta isu-isu yang muncul dalam penggunaan layanan digital syariah. Hasil kajian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan literatur terkait persepsi nasabah dan inovasi perbankan syariah, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi bank syariah dalam merumuskan strategi layanan digital yang lebih inklusif, aman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan literature review. Pendekatan ini dipilih untuk menelaah secara komprehensif berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik persepsi nasabah dan inovasi digital banking syariah. Data yang digunakan berasal dari sumber sekunder berupa artikel jurnal, prosiding, dan publikasi akademik. Untuk memperoleh referensi, penulis memanfaatkan Google Scholar dan Publish or Perish dengan kata kunci seperti “digital banking syariah”, “persepsi nasabah”, dan “inovasi layanan perbankan syariah”. Artikel yang terkumpul kemudian diseleksi berdasarkan kriteria inklusi, yaitu relevansi dengan perbankan syariah, layanan digital, serta fokus pada persepsi atau pengalaman nasabah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka (*library research*) dengan menelaah literatur yang memenuhi kriteria tersebut. Analisis data menggunakan metode *content analysis*, yaitu dengan membaca, mengelompokkan, dan membandingkan temuan penelitian terdahulu untuk menemukan pola, persamaan, perbedaan, serta dinamika persepsi nasabah. Hasil sintesis dari analisis tersebut kemudian digunakan untuk menyusun pemahaman menyeluruh mengenai bagaimana nasabah memaknai dan merespons inovasi digital banking syariah, sehingga dapat memberikan jawaban atas fokus penelitian yang diajukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Positif Nasabah terhadap Inovasi Digital Banking Syariah

Persepsi positif dari nasabah terhadap layanan digital banking syariah muncul terutama karena kemudahan yang mereka rasakan dalam melakukan berbagai transaksi. Layanan seperti mobile banking, internet banking, serta penggunaan QRIS membuat nasabah bisa melakukan transfer, pembayaran tagihan, top up saldo, dan transaksi lainnya tanpa harus datang ke cabang atau antri di teller (Alfionita & Ramadhan, 2025). Perubahan ini dirasakan sangat signifikan, terutama oleh masyarakat yang memiliki kesibukan tinggi, karena digital banking menghemat waktu dan tenaga. Dengan satu aplikasi, semua kebutuhan transaksi dapat terpenuhi secara cepat dan efisien. Inovasi ini kemudian dianggap sebagai jawaban atas tuntutan gaya hidup yang semakin serba digital.

Selain aspek teknis, ada pula kebanggaan tersendiri yang dirasakan oleh nasabah terhadap perkembangan bank syariah. Selama ini, sering muncul anggapan bahwa bank syariah tertinggal dibanding bank konvensional dalam hal teknologi. Namun, dengan adanya layanan digital yang modern dan *user-friendly*, anggapan tersebut mulai bergeser (Fauzatul Laily Nisa & Krisna Reswara, 2024). Nasabah merasa bahwa bank syariah kini mampu bersaing sejajar dengan bank konvensional maupun fintech. Bahkan bagi sebagian nasabah, hadirnya inovasi digital pada bank syariah menambah rasa percaya diri untuk tetap menggunakan layanan berbasis syariah tanpa merasa ketinggalan zaman. Pandangan ini memperkuat citra positif bahwa bank syariah tidak hanya menekankan aspek religius, tetapi juga mampu beradaptasi dengan kebutuhan era digital. (Marwah & Rukiah, 2025)

Menurut Ilham & Sihotang (2024) generasi muda seperti milenial dan Gen Z menjadi kelompok yang paling menerima dan mengapresiasi kehadiran layanan digital banking syariah. Mereka terbiasa dengan dunia digital sejak lama, sehingga penggunaan aplikasi perbankan sudah menjadi bagian dari keseharian mereka. Fitur-fitur seperti desain aplikasi yang menarik, navigasi yang sederhana, serta kecepatan akses menjadi faktor penting yang memperkuat persepsi positif dari generasi ini. Bagi mereka, layanan digital bukan hanya tentang fungsi, tetapi juga pengalaman yang menyenangkan. Ketika aplikasi digital banking syariah memenuhi ekspektasi mereka, maka kepuasan akan meningkat, yang pada akhirnya mendorong loyalitas terhadap bank syariah tersebut. (Safitri & Fasa, 2024)

Tantangan dan Kekhawatiran Nasabah dalam Penggunaan Digital Banking Syariah

Meskipun layanan digital banking syariah membawa banyak manfaat, tetap ada tantangan dan kekhawatiran yang memengaruhi persepsi nasabah. Salah satu tantangan terbesar adalah soal keamanan data dan transaksi. Banyak nasabah masih ragu apakah informasi pribadi mereka, seperti nomor rekening atau identitas, benar-benar aman dari kebocoran atau penyalahgunaan (Nurhaliza et al., 2025). Kekhawatiran ini semakin kuat karena maraknya kasus kejahatan siber, penipuan online, serta pencurian data di berbagai sektor. Ketika nasabah membaca berita tentang pencurian data atau fraud digital, rasa percaya mereka terhadap layanan digital bisa menurun, sehingga menimbulkan persepsi negatif meskipun mereka belum pernah mengalami kasus tersebut secara langsung. (Sulistiwati et al., 2025)

Selain masalah keamanan, rendahnya literasi digital juga menjadi masalah. Tidak semua pelanggan memiliki keterampilan untuk menggunakan aplikasi perbankan syariah dengan benar. (Hardyansah et al., 2024). Misalnya, nasabah dari kalangan usia lanjut sering kali bingung ketika harus melakukan registrasi akun, mengatur PIN, atau memahami notifikasi dari aplikasi. Kesulitan ini membuat mereka takut melakukan kesalahan yang berakibat fatal, seperti transfer ke rekening yang salah. Akibatnya, mereka lebih memilih tetap menggunakan layanan manual yang dianggap lebih aman meskipun memakan waktu. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi tidak selalu bisa diterima dengan mudah oleh semua kelompok nasabah.

Menurut Harahap (2025), keterbatasan infrastruktur digital juga memengaruhi persepsi nasabah terhadap kualitas layanan. Di kota-kota besar, layanan digital banking dapat dinikmati dengan lancar karena jaringan internet memadai. Namun, di daerah yang masih memiliki akses internet terbatas, penggunaan aplikasi sering terhambat. Transaksi bisa gagal, aplikasi bisa lambat, atau bahkan tidak bisa diakses sama sekali. Situasi ini membuat sebagian nasabah merasa bahwa layanan digital hanya menguntungkan mereka yang tinggal di daerah maju, sedangkan di wilayah rural justru menambah masalah baru. Dengan kata lain, kesenjangan digital menjadi salah satu faktor yang membentuk persepsi berbeda antar nasabah.

Aspek lain yang juga berpengaruh adalah masalah kepatuhan syariah. Meskipun bank telah menjamin bahwa kontrak digital sesuai dengan syariah, beberapa pelanggan masih merasa ragu. Misalnya, pada akad pembiayaan murabahah atau ijarah, nasabah mempertanyakan apakah kesepakatan yang dilakukan hanya melalui aplikasi bisa sama sahnya dengan akad tatap muka. Keraguan ini sangat wajar karena menyangkut keyakinan religius yang menjadi alasan utama memilih bank syariah. Jika keraguan ini tidak dijawab dengan baik, maka penerimaan terhadap layanan digital bisa terhambat, meskipun secara teknologi sudah memadai. (Hasirah, 2023)

Secara keseluruhan, tantangan-tantangan tersebut menunjukkan bahwa bank syariah tidak cukup hanya mengembangkan teknologi yang canggih. Mereka juga harus mampu memberikan edukasi kepada nasabah, memperkuat sistem keamanan, menyediakan layanan yang mudah dipahami, serta memastikan kepatuhan syariah secara transparan. (Rahayu & Amir, 2025). Dengan demikian, persepsi negatif yang muncul bisa diminimalisasi, dan inovasi digital banking syariah dapat diterima secara lebih luas oleh semua kalangan.

Perbedaan Persepsi antar Generasi dan Segmen Nasabah

Perbedaan persepsi antara generasi menjadi salah satu dinamika penting dalam penerimaan digital banking syariah. Generasi milenial dan Gen Z lebih cepat menerima inovasi ini karena mereka sudah terbiasa menggunakan teknologi digital sejak usia muda. Bagi mereka, layanan digital banking bukan hanya fasilitas tambahan, tetapi bagian dari gaya hidup sehari-hari. Transaksi online, belanja daring, dan penggunaan e-wallet sudah menjadi kebiasaan mereka, sehingga layanan perbankan digital dianggap sebagai hal yang wajar dan dibutuhkan. (SAPUTRA, 2025)

Sebaliknya, generasi yang lebih tua cenderung lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan digital. Mereka sering merasa khawatir akan terjadi kesalahan teknis atau terkena penipuan. Kurangnya pengalaman dengan perangkat digital membuat kelompok ini merasa lebih nyaman bertransaksi melalui teller atau ATM. Bagi mereka, kepercayaan lebih besar diberikan pada layanan yang dilakukan secara tatap muka dibandingkan melalui aplikasi. (Maghfiro & Budianto, 2024). Perbedaan cara pandang ini menunjukkan bahwa penerimaan

inovasi digital memang erat kaitannya dengan faktor usia dan pengalaman menggunakan teknologi.

Selain faktor generasi, segmen nasabah juga berpengaruh terhadap persepsi. Misalnya, pelaku UMKM sebagian merasa terbantu karena digital banking mempermudah transaksi bisnis. Dengan layanan ini, pembayaran dapat dilakukan lebih cepat dan pencatatan transaksi lebih rapi. Namun, ada juga pelaku UMKM yang merasa terbebani karena kurangnya literasi digital dan terbatasnya akses internet (Rosi, 2025). Mereka khawatir jika salah langkah dalam menggunakan aplikasi bisa berdampak pada kerugian usaha. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat digital banking tidak dirasakan secara merata oleh semua pelaku usaha.

Perbedaan persepsi ini mengisyaratkan bahwa bank syariah tidak bisa menggunakan pendekatan yang sama untuk semua kelompok nasabah. Strategi pengembangan digital banking perlu mempertimbangkan kebutuhan, kemampuan, dan kebiasaan dari setiap segmen. Edukasi literasi digital, penyediaan aplikasi yang sederhana, serta layanan pendampingan bisa menjadi kunci agar semua kelompok dapat menerima inovasi digital banking syariah secara lebih merata.

Implikasi Inovasi Digital Banking Syariah terhadap Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah

Menurut Alfionita & Ramadhan (2025), persepsi nasabah terhadap layanan digital banking syariah memiliki dampak langsung terhadap tingkat kepercayaan mereka kepada bank. Ketika nasabah merasa bahwa layanan digital tersebut aman, mudah digunakan, dan sesuai syariah, kepercayaan yang terbentuk menjadi semakin kuat. Kepercayaan ini sangat penting karena menjadi dasar hubungan antara bank dan nasabah, terutama dalam jangka panjang. Tanpa adanya rasa percaya, layanan secanggih apa pun tidak akan mampu menarik perhatian atau mempertahankan nasabah. (Alidha et al., 2024)

Kepercayaan yang kuat biasanya diikuti dengan loyalitas nasabah. Nasabah yang puas cenderung menggunakan layanan digital secara berkelanjutan, menambah produk lain yang ditawarkan bank, bahkan merekomendasikannya kepada orang terdekat. Loyalitas ini memiliki nilai strategis karena tidak hanya menjaga nasabah lama, tetapi juga membantu menarik nasabah baru melalui rekomendasi mulut ke mulut. Hal ini menjadikan loyalitas sebagai salah satu indikator penting keberhasilan inovasi digital banking syariah. (Cahyani & Lestari, 2024)

Namun, loyalitas nasabah bisa menurun jika layanan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka. Misalnya, aplikasi yang sering error, proses transaksi yang lambat, atau tampilan yang membingungkan dapat membuat nasabah merasa kecewa. Begitu juga jika muncul keraguan mengenai kesesuaian akad digital dengan prinsip syariah, kepercayaan bisa terganggu (Bahtiar & Ansori, 2024). Jika kondisi ini terjadi berulang kali, ada kemungkinan nasabah beralih ke bank konvensional atau layanan fintech yang dianggap lebih stabil dan praktis.

Oleh karena itu, bank syariah perlu memahami bahwa keberhasilan inovasi digital tidak hanya terletak pada jumlah fitur atau kecanggihan teknologi (Alidha et al., 2024). Aspek yang lebih penting adalah bagaimana inovasi tersebut mampu membangun dan menjaga kepercayaan nasabah. Dengan menekankan pada keamanan, kenyamanan, dan kepastian syariah, bank syariah dapat menciptakan loyalitas yang kuat dan bertahan lama di tengah persaingan industri keuangan yang semakin ketat.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian literatur, dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah terhadap inovasi digital banking syariah menunjukkan dinamika yang cukup kompleks. Sebagian besar nasabah, khususnya generasi milenial dan Gen Z, memiliki persepsi positif karena menilai layanan digital lebih praktis, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan gaya hidup modern. Inovasi ini juga dipandang sebagai bentuk kemajuan bank syariah dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sehingga mampu bersaing dengan bank konvensional maupun fintech. Namun demikian, masih terdapat tantangan yang memengaruhi penerimaan nasabah, seperti isu keamanan data, keterbatasan literasi digital, ketidakmerataan akses internet, serta keraguan mengenai kesesuaian akad secara syariah. Faktor-faktor tersebut membuat persepsi nasabah tidak selalu seragam, sehingga menciptakan dinamika yang berbeda antar generasi maupun segmen pengguna.

Dari sisi kelebihan, digital banking syariah terbukti mampu memberikan efisiensi, meningkatkan kepuasan, dan memperkuat loyalitas nasabah yang merasa layanan tersebut aman dan sesuai prinsip syariah. Kehadiran inovasi digital juga memperkuat citra bank syariah sebagai institusi modern yang responsif terhadap kebutuhan zaman. Namun, kelemahan masih terlihat pada aspek edukasi, literasi digital, dan transparansi syariah yang belum sepenuhnya merata di semua kalangan nasabah. Oleh karena itu, pengembangan selanjutnya perlu diarahkan pada peningkatan kualitas layanan dengan memperhatikan keamanan, kemudahan akses, serta penjelasan akad syariah yang lebih jelas. Penelitian mendatang dapat memperdalam kajian melalui pendekatan empiris, misalnya dengan survei atau wawancara langsung, untuk menggali pengalaman nyata nasabah sehingga hasilnya lebih representatif. Dengan begitu, kesesuaian antara masalah, tujuan, dan hasil dapat tercapai, serta memberikan kontribusi yang lebih signifikan bagi pengembangan layanan digital banking syariah di masa depan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Alfionita, F., & Ramadhan, M. S. (2025). *Analisis Persepsi Nasabah terhadap Implementasi Layanan Digital dalam Sistem Perbankan Syariah Analysis of Customer Perception of the Implementation of Digital Services in the Sharia Banking System*. 22(3), 354–363.
- Alidha, M., Sar, A. P., Sopiattunnisa, R., & Azzahra, A. (2024). *Analisis Dampak Digitalisasi Layanan Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah di Era Revolusi Industri 4.0*. 2(3), 203–216.
- Avandi, I. S., Fasa, M. I., & Susanto, I. (2024). Strategi Pemasaran Inovatif Dalam Menarik Generasi Z Sebagai Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(November), 7269–7278.
- Bahtiar, S., & Ansori, M. (2024). ANALISIS LAYANAN DIGITAL DAN KEPUASAN. *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman*, 10(2), 1–14.
- Cahyani, A. P., & Lestari, N. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. April.
- Fauzatul Laily Nisa, & Krisna Reswara. (2024). Analisis Perkembangan dan Tantangan Bank Syariah Dalam Persaingan Dengan Bank Konvensional di Pasar Keuangan Modern. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(3), 120–125. <https://doi.org/10.61132/jepi.v2i2.601>
- Harahap, A. M. (2025). Analisis Risiko dalam Digitalisasi Perbankan Syariah : Tantangan dan Solusi. *Jurnal Masharif Al-Syariah : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 686–705.
- Hardyansah, R., Issalillah, F., Darmawan, D., Khayru, R. K., & Arifin, S. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Muslim dalam Penggunaan Layanan Digital Banking

- Syariah: Studi Literatur. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 6(1), 30–35. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i1.5145>
- Hasirah. (2023). *STRATEGI PEMASARAN MUAMALAT DIGITAL ISLAMIC NETWORK (DIN) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA BANK MUAMALAT KCP PAREPARE*.
- Ilham, T. M. R., & Sihotang, E. T. (2024). Analisis Perilaku Generasi Z dalam Mengadopsi Bank Digital : Pendekatan TAM dan S-O-R. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 9(2), 438–455.
- Ilimi, R., Agustina, T., Sapitri, S., Fahraini, G. R., & Irawan, F. (2025). *Studi Kualitatif tentang Persepsi Mahasiswa terhadap Inovasi Digital di Bank Syariah*. 7(2), 130–137.
- Iqbal, & Putri, J. (2025). Peran Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah di Era Gen Z. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(04), 287–294.
- Maghfiro, N., & Budianto, E. W. H. (2024). *DETERMINAN MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL BANKING SYARIAH PADA GENERASI Z DI KOTA MALANG*. 13, 352–363.
- Marwah, D., & Rukiah. (2025). MENGADAPTASI KEBUTUHAN FINANSIAL MILENIAL DIGITAL. *Islamic Science*.
- Nuraini, U. (2023). DINAMIKA PERBANKAN SYARIAH DI ERA DIGITAL: TANTANGAN, INOVASI, DAN ARAH MASA DEPAN. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 110–128.
- Nurhaliza, S., Ningsih, A. S., Ismaini, D., & Nurbaiti. (2025). Keamanan Data Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(1), 651–662. <https://doi.org/10.61722/jmia.v2i1.3907>
- Rahayu, A., & Amir, M. F. (2025). Analisis Tingkat Pemahaman Nasabah Terkait Literasi Digital Dalam Mencegah Cyber Crime Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bsi Di Kabupaten Bone). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 4584–4592.
- Rosi, F. (2025). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BANK SYARIAH DALAM MENJANGKAU GENERASI MUDA (Studi Bank Jatim Syariah Cabang Pembantu Sampang)*.
- Safitri, C., & Fasa, M. I. (2024). *STRATEGI DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN IMPROVING THE ACCESSIBILITY OF ISLAMIC BANK SERVICES IN THE 4 . 0 ERA*. November, 7096–7110.
- SAPUTRA, M. S. (2025). ANALISIS PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP PERBANKAN SYARIAH DI KOTA PEKANBARU. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/> <https://doi.org/10.1016/j.reserv.2025.100208> <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y> <http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005> <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005>
- Sulistiawati, T., Yansyah, D., & Mahela, N. Y. (2025). Analisis Persepsi Risiko Dalam Layanan Digital Banking Di Indonesia: Tantangan Dan Solusi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansii (JEBMAK)*, 4(1), 212–223.
- Wathon, A. (2024). STRATEGI INOVASI PRODUK KEUANGAN SYARIAH DALAM MENGHADAPI TANTANGAN FINTECH. *Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(1), 1–19.