Cashless
Journal of Sharia Finance and Banking

Cashless : Journal of Sharia Finance and Banking| Page : 27 - 40
Vol. 04 No. 04 Oktober 2026 | e-ISSN/p-ISSN : 2988-1390/ 2988-1382
https://ejournal.unupasuruan.ac.id/index.php/cashless
DOI : https://doi.org/10.55757/cashless.v4i2.1565

Gaya Hidup *Cashless* dan Minat Generasi Z Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia: Mediasi *Financial Behavior*

Qorinah Maulidiyah[1]

[1] Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Madura, Indonesia
Email : qorinahmaulidiyah@gmail.com

Korespondensi: qorinahmaulidiyah@gmail.com

Submit : **20/08/2026** | Revission : **30/08/2026** | Accept : **10/08/2026** | Publish : **20/10/2026**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh gaya hidup cashless terhadap minat Generasi Z menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) serta menguji peran financial behavior sebagai variabel mediasi, berangkat dari kesenjangan antara tingginya adopsi pembayaran nontunai dan pangsa pasar perbankan syariah yang relatif stagnan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif kausal-asosiatif melalui survei daring terhadap 400 responden Generasi Z di Pulau Madura yang dipilih secara purposive, kemudian dianalisis dengan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup cashless berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah (β = 0,128; p = 0,027) dan terhadap financial behavior (β = 0,533; p < 0,001). Financial behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah (β = 0,677; p < 0,001) sekaligus memediasi hubungan keduanya (β = 0,361; p < 0,001). Temuan ini mengimplikasikan bahwa kecakapan bertransaksi digital belum cukup mendorong preferensi terhadap bank syariah tanpa disertai perilaku keuangan yang terstruktur, sehingga BSI perlu mengintegrasikan fitur manajemen keuangan pribadi pada platform BYOND. Kebaruan penelitian terletak pada pemosisian financial behavior sebagai mekanisme perilaku yang menjembatani praktik cashless harian dengan keputusan institusional perbankan syariah pada Generasi Z.

Kata Kunci **:** *BYOND; Financial Behavior; Gaya Hidup Cashless; Generasi Z; Minat Menjadi Nasabah*

Abstract

This study aims to analyze the effect of a cashless lifestyle on Generation Z's intention to become customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) and to examine the mediating role of financial behavior, motivated by the gap between the high adoption of non-cash payments and the relatively stagnant market share of Islamic banking. A quantitative causal-associative design was employed through an online survey of 400 Generation Z respondents in Madura selected by purposive sampling, and the data were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4.0. The results show that a cashless lifestyle has a positive and significant effect on the intention to become a customer (β = 0.128; p = 0.027) and on financial behavior (β = 0.533; p < 0.001). Financial behavior has a positive and significant effect on the intention to become a customer (β = 0.677; p < 0.001) and mediates the relationship between the two (β = 0.361; p < 0.001). These findings imply that digital payment proficiency alone does not drive preference for Islamic banks unless accompanied by structured financial behavior; hence, BSI should integrate personal financial management features into the BYOND platform. The novelty of this study lies in

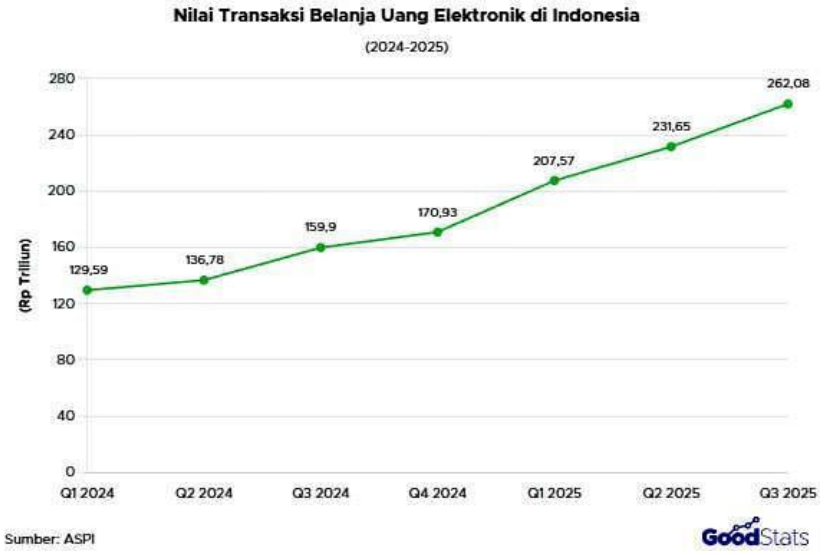
Copyright © 2026 The Author(s) | Published by: Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan

positioning financial behavior as the behavioral mechanism that bridges daily cashless practices and institutional Islamic banking decisions among Generation Z.

Keywords **:** *BYOND; Cashless Lifestyle; Financial Behavior; Generation Z; Intention to Become a Customer*

Pendahuluan

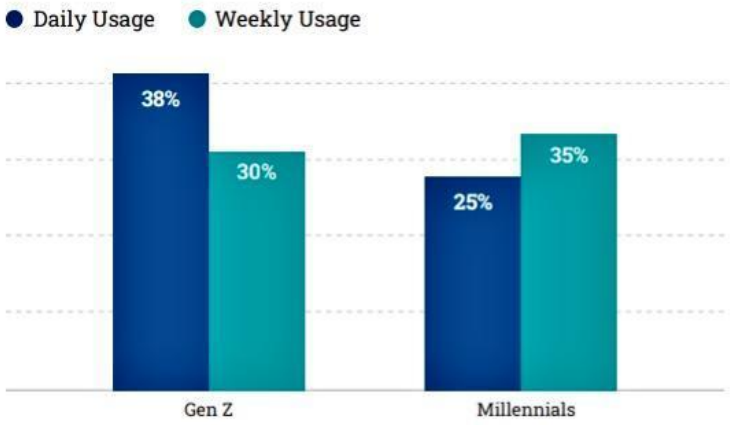
Ekonomi global tengah mengalami transformasi mendasar menuju sistem pembayaran nontunai yang dipercepat oleh digitalisasi dan pandemi COVID-19 (Demirgüç-Kunt et al., 2022; Islam & Ferrer, 2025). Indonesia muncul sebagai salah satu ekonomi *cashless* dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara. Nilai transaksi uang elektronik meningkat dari Rp129,59 triliun pada triwulan I 2024 menjadi Rp262,08 triliun pada triwulan III 2025, atau tumbuh sekitar 102% dalam 18 bulan (Yonatan, 2025), sebagaimana disajikan pada Gambar 1. Percepatan ini didorong oleh lonjakan transaksi QRIS sebesar 226,54% per tahun dengan jangkauan hingga 36 juta *merchant* pada Desember 2024 (Billah & Saripudin, 2024; Rachma & Kusuma, 2024). Survei Jakpat yang dipublikasikan GoodStats juga mencatat bahwa 80% responden memilih dompet elektronik sebagai metode pembayaran utama, sementara hanya 44% yang menggunakan platform perbankan digital untuk transaksi harian (Shafidhya, 2026).



Gambar 1. *Pertumbuhan Nilai Transaksi Uang Elektronik di Indonesia*
Sumber: Yonatan (2025)

Transformasi tersebut paling terlihat pada Generasi Z (lahir 1997–2012) yang tumbuh sebagai *digital native* dan berada di garis depan adopsi gaya hidup *cashless*. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kontributor terbesar pengguna internet di Indonesia dengan proporsi 34,40%, melampaui kelompok milenial, dengan *smartphone* sebagai perangkat akses utama (83,39%) (APJII, 2024). Dominasi ini tercermin dalam perilaku transaksinya; IDN Research Institute (2025) mencatat 38% responden Generasi Z menggunakan QRIS setiap hari (Gambar 2). Dengan dukungan infrastruktur digital tersebut,

kebiasaan nontunai telah menjadi normal baru bagi Generasi Z Indonesia. Secara konseptual, intensitas interaksi yang tinggi dengan sistem pembayaran digital semestinya mendorong preferensi terhadap institusi keuangan yang adaptif dan selaras dengan gaya hidup tersebut. Dalam konteks ini, perbankan syariah yang kian terdigitalisasi seharusnya menjadi pilihan utama bagi generasi yang menjunjung efisiensi sekaligus religiusitas.



Gambar 2. *Frekuensi Penggunaan QRIS pada Generasi Z dan Milenial*
Sumber: IDN Research Institute (2025)

Di sisi lain, realitas perbankan syariah di Indonesia menunjukkan dinamika yang tidak sejalan dengan asumsi adanya korelasi positif antara adopsi teknologi dan minat terhadap layanan syariah. Indonesia memiliki visi menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia, tetapi belum memiliki undang-undang khusus yang mengatur *fintech* (Muryanto et al., 2021). Meskipun jumlah nasabah BSI mencapai 22,6 juta pada 2025 (Kontan, 2025), pangsa pasar perbankan syariah nasional masih berkisar 7,4% dengan total aset sekitar Rp967,33 triliun per Juni 2025 (OJK, 2021). Secara struktural, perbankan syariah masih menempati porsi minoritas dalam sistem perbankan nasional. Hal ini menandakan bahwa keterlibatan digital yang tinggi tidak otomatis bertransformasi menjadi preferensi terhadap lembaga keuangan syariah, bahkan di tengah mayoritas penduduk Muslim.

Ketimpangan antara pesatnya gaya hidup digital dan pertumbuhan inklusi perbankan syariah juga tampak dari kinerja industri. Pertumbuhan aset perbankan syariah ditopang oleh peningkatan permodalan, likuiditas yang memadai, perbaikan kualitas pembiayaan, efisiensi, profitabilitas, serta pertumbuhan penghimpunan dan penyaluran dana (Ghofir et al., 2025). Namun, pertumbuhan tersebut masih tertinggal dibandingkan lonjakan transaksi QRIS yang mencapai 226,54% dalam setahun, sementara pangsa pasar perbankan syariah hanya bergerak perlahan dari 6,52% menjadi 7,72%. Padahal, BSI telah meluncurkan BYOND untuk menjangkau Generasi Z yang penetrasi internetnya mencapai 99%. Kondisi ini mengindikasikan adanya celah dalam perilaku keuangan, yakni kebiasaan nontunai belum mendorong keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah.

Maulana et al. (2024) mengungkapkan bahwa meskipun bank syariah terus berinovasi melalui integrasi QRIS dan platform *mobile*, adopsi dan kesadaran publik masih terbatas akibat

kendala teknis, gangguan jaringan, serta kemudahan penggunaan yang lebih rendah dibandingkan ekosistem perbankan konvensional. Hopalı et al. (2022) menemukan tren serupa: konsumen mudah memanfaatkan kemudahan teknis dompet digital, tetapi keterlibatan penuh masih terhambat oleh persepsi risiko dan pengelolaan keuangan. Temuan-temuan ini menunjukkan ketidaksesuaian antara kecakapan teknis dalam praktik nontunai dan orientasi perilaku keuangan jangka panjang dalam memilih lembaga perbankan syariah.

Penelitian terdahulu telah memberikan kontribusi penting, tetapi masih menyisakan keterbatasan. Mingka et al. (2024) menyoroti pengaruh gaya hidup halal dan teknologi digital terhadap keputusan Generasi Z menggunakan layanan perbankan syariah, sedangkan Alfi (2022) mengkaji pengaruh religiusitas terhadap perilaku menabung. Sebagian besar literatur masih berfokus pada variabel kognitif yang bersifat statis, khususnya pengetahuan keuangan dan sikap individu (Mandić et al., 2026), sehingga belum mengeksplorasi mekanisme perilaku yang menghubungkan praktik *cashless* dengan keputusan institusional perbankan. Kurniawati et al. (2025) menawarkan kerangka yang lebih komprehensif dengan menguji perilaku penggunaan aktual dalam keputusan adopsi perbankan syariah digital serta peran moderasi literasi keuangan syariah.

Kesenjangan empiris semakin terlihat pada studi Batubara dan Anggraini (2022) yang menemukan bahwa layanan digital secara simultan memengaruhi minat Generasi Z menggunakan produk perbankan syariah, tetapi secara parsial dimensi kenyamanan, persepsi risiko, dan inovasi tidak berpengaruh signifikan, kecuali persepsi kegunaan. Maksum (2023) juga mengungkapkan bahwa dari 250 responden Generasi Z pengguna *mobile banking*, hanya 28,4% yang menggunakan *mobile banking* syariah, sedangkan 71,6% masih menggunakan layanan konvensional meskipun mengetahui keberadaan layanan syariah. Ketidaksesuaian antara intensitas praktik digital dan rendahnya minat terhadap perbankan syariah memunculkan pertanyaan tentang kecukupan model perilaku yang selama ini digunakan untuk menjelaskan keputusan keuangan generasi muda (Yusfiarto et al., 2024; Zulaikha & Faricha, 2026).

Kondisi empiris tersebut memperlihatkan anomali teoretis. *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) memprediksi bahwa sikap positif terhadap prinsip syariah, norma sosial yang mendukung di tengah mayoritas Muslim, dan kemudahan akses teknologi semestinya menghasilkan minat yang kuat terhadap perbankan syariah. Demikian pula, *Lifestyle Theory* (Plummer, 1974) memprediksi bahwa intensitas aktivitas digital akan tercermin dalam pilihan lembaga keuangan yang sesuai dengan gaya hidup tersebut. Kenyataannya, minat terhadap BSI masih terbatas, dan belum terdapat model empiris yang secara eksplisit menguji *financial behavior* sebagai mediator antara praktik *cashless* dan keputusan institusional perbankan syariah pada Generasi Z. Jika celah ini tidak dipahami secara utuh, peluang demografis dan digital Indonesia sebagai negara Muslim terbesar berisiko tidak termanfaatkan secara optimal dalam memperkuat ekosistem keuangan syariah nasional (Muhaimin et al., 2026; Sodik, 2026).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh langsung gaya hidup *cashless* terhadap minat Generasi Z menjadi nasabah BSI dan terhadap

financial behavior, pengaruh *financial behavior* terhadap minat menjadi nasabah, serta peran mediasi *financial behavior* dalam hubungan tersebut. Kebaruan penelitian terletak pada pemosisian *financial behavior* sebagai mekanisme perilaku aktual yang menjembatani praktik nontunai harian dengan orientasi keputusan keuangan jangka panjang, berbeda dari studi sebelumnya yang cenderung menitikberatkan variabel kognitif statis seperti religiusitas. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya integrasi *Theory of Planned Behavior* dan *Lifestyle Theory* dalam kajian perbankan syariah; secara praktis, hasilnya diharapkan menjadi acuan bagi BSI dan regulator dalam merumuskan strategi pemasaran digital berbasis platform seperti BYOND untuk mengonversi kebiasaan transaksi nontunai menjadi kepemilikan rekening aktif (Fatah et al., 2026).

Theory of Planned Behavior menyatakan bahwa perilaku individu didorong oleh niat berperilaku yang dibentuk oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks penelitian ini, kontrol atas pengelolaan keuangan pribadi berperan menyalurkan dorongan gaya hidup digital menuju keputusan institusional perbankan syariah. Sementara itu, *Lifestyle Theory* menjelaskan bahwa pola aktivitas, minat, dan opini individu membentuk perilaku konsumsi serta preferensi terhadap institusi tertentu (Plummer, 1974). Gaya hidup *cashless*, yaitu kepraktisan dan frekuensi penggunaan instrumen nontunai (QRIS, dompet digital, dan *mobile banking*) dalam transaksi harian, merupakan wujud pola hidup *digital native* yang membutuhkan infrastruktur keuangan yang cepat dan praktis. *Financial behavior* didefinisikan sebagai perilaku nyata individu dalam mengelola anggaran, memantau pengeluaran, menabung, dan merencanakan keputusan keuangan secara terstruktur, sedangkan minat menjadi nasabah adalah kecenderungan individu untuk mencari informasi, membandingkan produk, dan membuka rekening pada institusi perbankan syariah. Berdasarkan kerangka tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

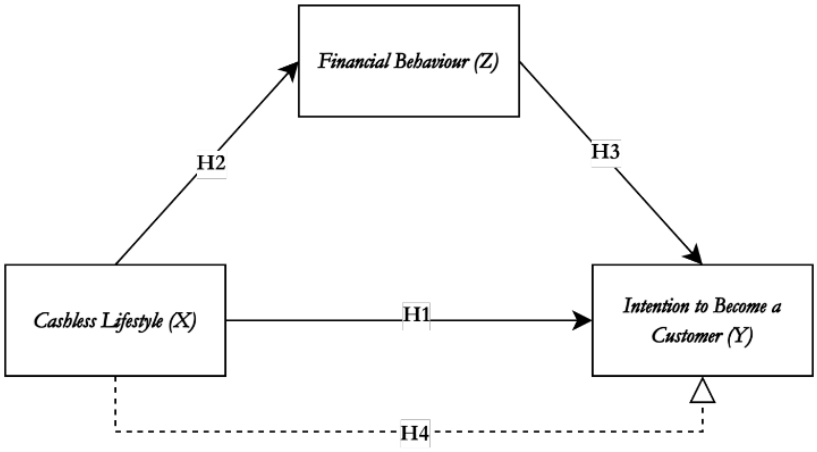
H1: Gaya hidup *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

H2: Gaya hidup *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* Generasi Z.

H3: *Financial behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

H4: *Financial behavior* memediasi secara positif dan signifikan pengaruh gaya hidup *cashless* terhadap minat Generasi Z menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Kerangka pemikiran yang menghubungkan ketiga variabel dan keempat hipotesis tersebut disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. *Kerangka Pemikiran Penelitian*
Sumber: elaborasi penulis

Metode Penelitian

2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal-asosiatif (*explanatory research*) untuk menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel (Sarstedt et al., 2017). Data primer dikumpulkan melalui survei *cross-sectional* pada satu periode waktu tertentu.

2.2 Subjek dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Pulau Madura. Populasi penelitian adalah masyarakat Pulau Madura yang berjumlah 4.193.218 jiwa (BPS, 2023). Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan *margin of error* (e) 5%:

$$n = N / (1 + N \cdot e^2) = 4.193.218 / (1 + 4.193.218 \times 0{,}05^2) = 4.193.218 / 10.484{,}045 \approx 400$$

Dengan demikian, jumlah sampel penelitian adalah 400 responden. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria inklusi sebagai berikut:

1. Generasi Z berusia 17–27 tahun;
2. berdomisili di Pulau Madura;
3. memiliki pengalaman bertransaksi nontunai; dan
4. mengetahui keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) dan/atau layanan digitalnya (BYOND).

2.3 Instrumen dan Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring (Google Form) dengan skala Likert lima poin (Likert, 1932). Instrumen terdiri atas 17 indikator, yaitu lima indikator gaya hidup *cashless* (X), lima indikator *financial behavior* (Z), dan tujuh indikator minat menjadi nasabah (Y), sebagaimana tercantum pada Tabel 2. Uji coba instrumen (*pilot test*) dilakukan terhadap 30 responden dengan kriteria reliabilitas Cronbach's Alpha > 0,70 (Nunnally & Bernstein, 1994).

2.4 Analisis Data

Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4.0 melalui dua tahap (Peng et al., 2024). Tahap pertama adalah evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang meliputi validitas konvergen (*outer loading* ≥ 0,70 dan AVE ≥ 0,50), validitas diskriminan, serta reliabilitas konstruk (Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* ≥ 0,70). Tahap kedua adalah evaluasi model struktural (*inner model*) yang meliputi koefisien determinasi (R^2), koefisien jalur, dan prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel untuk menguji signifikansi efek langsung dan efek mediasi.

Hasil

3.1 Profil Responden

Responden penelitian berjumlah 400 orang Generasi Z di Pulau Madura. Mayoritas responden adalah perempuan (62,7%), berusia 21–24 tahun (55,0%), dan berdomisili di Pamekasan (43,5%). Sebanyak 26,5% responden telah menjadi nasabah BSI, sedangkan 44,0% belum menjadi nasabah tetapi pernah mempertimbangkan BSI. Hampir seluruh responden bertransaksi nontunai 5–15 kali per minggu. Distribusi profil responden disajikan pada Tabel 1.

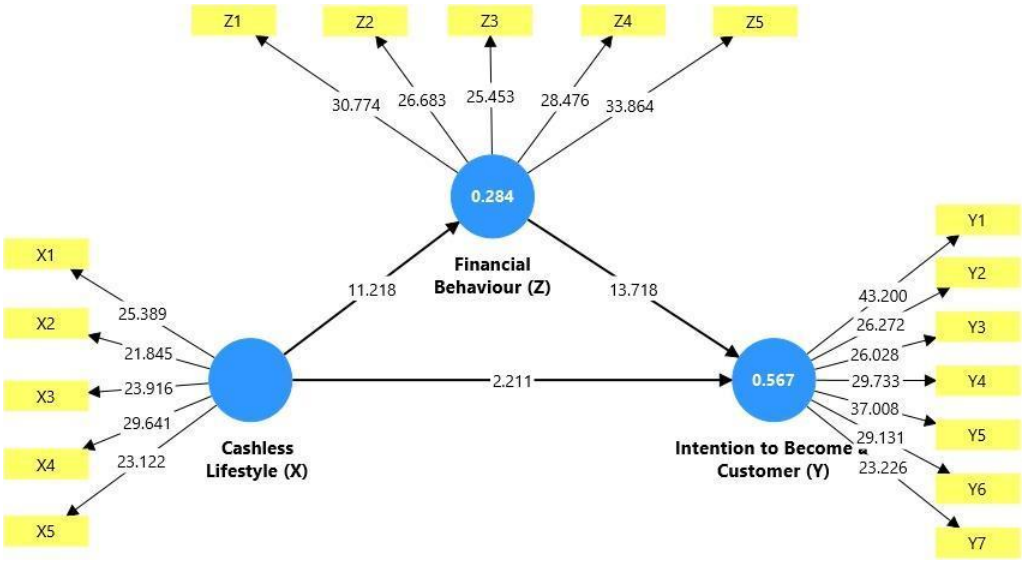
Tabel 1. *Profil Responden*

Profil	Jumlah	%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	149	37,3
Perempuan	251	62,7
Usia		
17–20 tahun	89	22,3
21–24 tahun	220	55,0
25–29 tahun	91	22,7
Domisili		
Bangkalan	51	12,8
Sampang	94	23,5
Pamekasan	174	43,5
Sumenep	81	20,2
Status Nasabah BSI		
Nasabah BSI dan pengguna BYOND	88	22,0
Nasabah BSI (tidak menggunakan BYOND)	18	4,5
Bukan nasabah (pernah mempertimbangkan BSI)	176	44,0
Bukan nasabah (belum pernah mempertimbangkan BSI)	118	29,5
Frekuensi Transaksi Nontunai per Minggu		
< 5 kali	6	1,5
5–10 kali	211	52,8
11–15 kali	179	44,8
> 15 kali	4	1,0

Sumber: data primer diolah (2026)

3.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Hasil estimasi model penelitian dengan SmartPLS 4.0 disajikan pada Gambar 4, sedangkan hasil uji validitas konvergen dan reliabilitas konstruk disajikan pada Tabel 2.



Gambar 4. *Hasil Estimasi Model Penelitian dengan SmartPLS 4.0*
Sumber: data primer diolah (2026)

Tabel 2. *Outer Loading, AVE, Cronbach's Alpha, dan Composite Reliability*

Kode	Indikator	λ	AVE	α	CR
Gaya Hidup Cashless (X)					
X1	Saya menggunakan pembayaran digital untuk sebagian besar transaksi harian.	0,762	0,566	0,808	0,867
X2	Saya rutin menggunakan QRIS, termasuk QRIS BSI.	0,724			
X3	Saya terbiasa berbelanja daring dan membayar melalui aplikasi BYOND BSI.	0,758			
X4	Saya membayar semua tagihan berulang melalui platform digital.	0,783			
X5	Bagi saya, cashless adalah bagian dari identitas gaya hidup modern.	0,733			
Financial Behavior (Z)					
Z1	Saya rutin memeriksa saldo di dompet digital saya.	0,771	0,581	0,820	0,874
Z2	Saya selalu memantau riwayat pengeluaran melalui fitur pelacakan.	0,744			
Z3	Saya rutin menabung, terutama pada produk tabungan syariah.	0,769			
Z4	Saya selalu membandingkan harga sebelum memutuskan membeli.	0,755			
Z5	Saya tertarik mempelajari fitur pengelola keuangan dalam aplikasi BYOND.	0,771			
Minat Menjadi Nasabah (Y)					
Y1	Saya tertarik mencari informasi tentang produk dan layanan BSI.	0,820	0,599	0,888	0,913
Y2	Saya membandingkan BSI dengan bank lain sebelum membuka rekening.	0,760			
Y3	Saya tertarik dengan konsep perbankan syariah di BSI.	0,746			
Y4	Saya senang menjadi nasabah BSI.	0,777			
Y5	Saya berencana membuka rekening di BSI dalam waktu dekat.	0,788			
Y6	Saya akan merekomendasikan BSI kepada keluarga atau teman.	0,773			
Y7	Saya berniat mencoba produk atau layanan BSI.	0,750			

Sumber: data primer diolah (2026)

Seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* > 0,70 dan seluruh konstruk memiliki nilai AVE > 0,50, sehingga syarat validitas konvergen terpenuhi (Hair et al., 2019). Nilai Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability* seluruh variabel juga > 0,70, yang mengonfirmasi konsistensi internal instrumen yang baik (Sarstedt et al., 2017).

3.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Nilai koefisien determinasi disajikan pada Tabel 3. Gaya hidup *cashless* menjelaskan 28,4% variansi *financial behavior* (kategori lemah), sedangkan gaya hidup *cashless* dan *financial behavior* secara bersama-sama menjelaskan 56,7% variansi minat menjadi nasabah (kategori moderat) (Hair et al., 2019).

Tabel 3. *Nilai R-Square*

Variabel	R^2	R^2 Adjusted
Financial Behavior (Z)	0,284	0,282
Minat Menjadi Nasabah (Y)	0,567	0,565

Sumber: data primer diolah (2026)

Hasil pengujian hipotesis efek langsung disajikan pada Tabel 4 dan efek tidak langsung pada Tabel 5. Seluruh jalur memiliki nilai T-statistik > 1,96 dan *p-value* < 0,05, sehingga keempat hipotesis diterima.

Tabel 4. *Hasil Uji Hipotesis Efek Langsung*

Hipotesis	Jalur	β	T-Statistik	P-Value	Keputusan
H1	Gaya Hidup Cashless → Minat Menjadi Nasabah	0,128	2,211	0,027	Diterima
H2	Gaya Hidup Cashless → Financial Behavior	0,533	11,218	0,000	Diterima
H3	Financial Behavior → Minat Menjadi Nasabah	0,677	13,718	0,000	Diterima

Sumber: data primer diolah (2026)

Tabel 5. *Hasil Uji Hipotesis Efek Tidak Langsung*

Hipotesis	Jalur	β	T-Statistik	P-Value	Keputusan
H4	Gaya Hidup Cashless → Financial Behavior → Minat Menjadi Nasabah	0,361	8,603	0,000	Diterima

Sumber: data primer diolah (2026)

Pembahasan

4.1 Pengaruh Gaya Hidup Cashless terhadap Minat Menjadi Nasabah

Hasil pengujian menunjukkan bahwa gaya hidup *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah (β = 0,128; t = 2,211 > 1,96; p = 0,027 < 0,05), sehingga H1 diterima. Semakin tinggi intensitas Generasi Z menggunakan metode pembayaran digital seperti QRIS dan aplikasi belanja daring, semakin besar minat mereka menjadi nasabah BSI. Temuan ini sejalan dengan data lapangan bahwa 44,0% responden merupakan bukan nasabah yang secara aktif

mempertimbangkan BSI. Kebiasaan bertransaksi nontunai mendorong konsumen berorientasi pada bank yang praktis, cepat, dan terintegrasi dengan ekosistem digital. Hasil ini sejalan dengan *Lifestyle Theory* (Plummer, 1974) yang menyatakan bahwa pola aktivitas membentuk preferensi individu terhadap institusi, serta memperkuat temuan Rahadi et al. (2021) bahwa integrasi teknologi meningkatkan niat menggunakan perbankan digital. Meskipun demikian, besaran koefisien jalur langsung yang relatif kecil mengisyaratkan bahwa gaya hidup *cashless* tidak cukup kuat mendorong minat secara mandiri.

4.2 Pengaruh Gaya Hidup Cashless terhadap Financial Behavior

Gaya hidup *cashless* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* ($\beta = 0{,}533$; $t = 11{,}218$; $p < 0{,}001$), sehingga H2 diterima. Penggunaan transaksi nontunai secara intensif mendorong Generasi Z berperilaku keuangan lebih baik dalam mengelola anggaran dan memantau pengeluaran. Profil responden mengonfirmasi hal ini, yakni mayoritas bertransaksi nontunai 5–10 kali (52,8%) dan 11–15 kali (44,8%) per minggu. Kemudahan melacak riwayat saldo secara *real-time* melalui sistem pembayaran digital melatih disiplin konsumen untuk mengevaluasi pengeluaran harian secara terstruktur. Temuan ini mendukung Yousef (2024) yang menyatakan bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kontrol dan pengelolaan keuangan pribadi.

4.3 Pengaruh Financial Behavior terhadap Minat Menjadi Nasabah

Pengujian H3 menunjukkan bahwa *financial behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah ($\beta = 0{,}677$; $t = 13{,}718$; $p < 0{,}001$), sehingga H3 diterima. Semakin bijak dan terencana perilaku keuangan Generasi Z, semakin besar minat mereka menjadi nasabah BSI. Dominasi responden berusia 21–24 tahun (55,0%) memperkuat analisis ini, sebab pada fase transisi menuju kemandirian finansial mereka mulai memilih mitra perbankan jangka panjang secara selektif. Domisili responden yang terkonsentrasi di Pamekasan (43,5%) dan Sampang (23,5%) juga mencerminkan karakter masyarakat Madura dengan keterikatan keagamaan yang kuat, sehingga individu dengan pengelolaan keuangan yang matang cenderung memilih institusi keuangan yang aman secara digital sekaligus patuh pada prinsip syariah, seperti melalui BYOND BSI. Hasil ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) mengenai peran kontrol diri dalam membentuk niat berperilaku, serta sejalan dengan temuan Fitria dan Priantina (2025).

4.4 Peran Mediasi Financial Behavior

Hasil pengujian H4 mengonfirmasi bahwa gaya hidup *cashless* memberikan efek tidak langsung yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah melalui *financial behavior* ($\beta = 0{,}361$; $t = 8{,}603 > 1{,}96$; $p < 0{,}001$), sehingga H4 diterima. Karena efek langsung gaya hidup *cashless* terhadap minat menjadi nasabah juga signifikan, pola mediasi yang terbentuk adalah mediasi parsial yang bersifat komplementer, dengan efek tidak langsung (0,361) yang jauh lebih besar daripada efek langsungnya (0,128). Artinya, gaya hidup *cashless* tidak serta-merta mengubah preferensi perbankan, melainkan berfungsi sebagai katalis yang terlebih dahulu membentuk perilaku keuangan

individu menjadi lebih disiplin. Kesadaran finansial yang meningkat inilah yang kemudian mengarahkan konsumen memilih rekening BSI untuk mendukung ekosistem transaksi yang terstruktur dan etis. Fitur pelacakan pengeluaran dan penganggaran dalam aplikasi BYOND berpotensi menjadi proposisi nilai utama, sebagaimana tercermin pada 22,0% responden yang telah menjadi pengguna aktif. Temuan ini memperkuat kerangka Mubarok et al. (2025) yang menyoroti bahwa adopsi teknologi digital jauh lebih efektif mendorong adopsi perbankan syariah apabila dipadukan dengan perilaku keuangan yang sehat.

Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa gaya hidup *cashless* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia sekaligus membentuk *financial behavior* yang lebih terstruktur. Melalui integrasi *Lifestyle Theory* dan *Theory of Planned Behavior*, penelitian ini menunjukkan bahwa *financial behavior* merupakan mediator penting yang menjembatani hubungan tersebut. Kebiasaan bertransaksi digital tidak serta-merta mengubah preferensi perbankan, tetapi perlu terlebih dahulu membentuk perilaku keuangan yang lebih disiplin, yang pada gilirannya mendorong niat memilih institusi dengan nilai etis dan orientasi jangka panjang seperti BSI.

Bagi Bank Syariah Indonesia, disarankan untuk memperkuat integrasi fitur *personal financial management* pada aplikasi BYOND, seperti pengelompokan anggaran otomatis dan edukasi literasi keuangan syariah, guna menarik minat Generasi Z secara lebih nyata. Penelitian ini terbatas pada desain *cross-sectional* dengan responden di Pulau Madura, sehingga penelitian selanjutnya disarankan memperluas cakupan wilayah secara nasional serta menambahkan variabel mediasi atau moderasi lain seperti *digital financial literacy*, *perceived risk*, dan religiusitas.

Pernyataan Etika & Peran Penulis (CRediT Statement)

Qorinah Maulidiyah: Konseptualisasi, Metodologi, Kurasi data, Analisis formal, Penulisan – draf asli, Tinjauan & penyuntingan.

Kebijakan Data

Data yang mendukung temuan penelitian ini tersedia dari penulis korespondensi berdasarkan permintaan yang wajar.

Referensi

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Alfi, C. F. (2022). Religiosity and saving behavior: A preliminary investigation

among Muslim students in Indonesia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, *8*(1). https://doi.org/10.21098/jimf.v8i1.1440

APJII. (2024). *APJII jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.

Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis pengaruh layanan digital terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, *7*(2), 706–725. https://doi.org/10.30651/jms.v7i2.14165

Billah, M., & Saripudin, U. (2024). Analisis penggunaan uang digital dalam perspektif ekonomi syariah. *Ar-Rihlah: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, *4*(2), 135. https://doi.org/10.35194/arps.v4i2.4966

Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19*. World Bank. https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1897-4

Fatah, M. I., Nahdlatul, U., Pasuruan, U., Finance, I. S., & Syariah, F. (2026). *Inklusi Keuangan Syariah di Era Digital antara Peluang dan Tantangan Islamic Social Finance dalam Menjangkau Masyarakat Unbankable*. *04*(01), 1–12.

Ghofir, A., Yadiati, W., Sukmadilaga, C., & Setiawan, M. (2025). Determinants of banking efficiency: Technical review, allocations and costs in Indonesian sharia business throughout 2011–2020. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, *19*(3). https://doi.org/10.14453/aabfj.v19i3.15

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, *31*(1), 2–24. https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203

Hopalı, E., Vayvay, Ö., Kalender, Z. T., Turhan, D., & Aysuna, C. (2022). How do mobile wallets improve sustainability in payment services? A comprehensive literature review. *Sustainability*, *14*(24), 16541. https://doi.org/10.3390/su142416541

Institute, I. D. N. R. (2025). *Indonesia millennial and Gen Z report 2025*. IDN Media.

Islam, S. M., & Ferrer, M. A. (2025). Unlocking the cashless shift: Retailers' adoption of digital payment systems in emerging markets. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, *20*(4), 359. https://doi.org/10.3390/jtaer20040359

Kontan. (2025). Jumlah nasabah BSI capai 22,6 juta hingga September 2025. *Kontan.co.id*.

Kurniawati, R., Zakaria, A., & Fauzi, A. (2025). Exploring Generation Z's intention to adopt digital Islamic banking services: The role of Islamic financial literacy. *Veredas Do Direito*, *22*, e223472. https://doi.org/10.18623/rvd.v22.n3.3472

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, *22*(140), 1–55.

Maksum. (2023). Eksplorasi minat Generasi Z dalam menggunakan layanan mobile banking syariah dan konvensional perspektif theory of consumption value. *Jurnal Investasi Islam*, *8*(2), 182–197. https://doi.org/10.32505/jii.v8i2.7717

Mandić, A., Fotova Čiković, K., & Jakšić, T. (2026). From knowledge to choice: How financial literacy shapes decision making through behavioral finance mechanisms—A systematic bibliometric study. *International Journal of Financial Studies*, *14*(4), 79. https://doi.org/10.3390/ijfs14040079

Maulana, M., Jihad, A. A., Fildzia, A. S., Ramly, A., & Shabarullah, S. (2024). Islamic banking services for communities and families in Aceh Province post closure of conventional banks: A comprehensive review. *El-Usrah: Jurnal Hukum Keluarga*, *7*(2), 903–922. https://doi.org/10.22373/ujhk.v7i2.26312

Mingka, A. F., Syahriza, R., & Syakir, A. (2024). The influence of halal lifestyle and digital technology on Gen Z's decision to use Islamic banking services. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam*, *6*(3), 261–270. https://doi.org/10.36407/serambi.v6i3.1447

Muhaimin, M., Pabbajah, M., Larasati, Y. G., Sukarni, S., Sagir, A., & Zaidah, Y. (2026). Exploring the paradox of in-existence in Islamic banking in Indonesia: Institutional, perceptual and digital dimensions. *Journal of Islamic Marketing*, 1–26. https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0454

Muryanto, Y. T., Kharisma, D. B., & Ciptorukmi Nugraheni, A. S. (2021). Prospects and challenges of Islamic fintech in Indonesia: A legal viewpoint. *International Journal of Law and Management*, *64*(2), 239–252. https://doi.org/10.1108/IJLMA-07-2021-0162

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.

OJK. (2021). *Laporan profil industri perbankan triwulan I*. Otoritas Jasa Keuangan.

Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, *38*(1), 33–37. https://doi.org/10.1177/002224297403800106

Rachma, A. L., & Kusuma, P. J. (2024). Generation Z adoption of QRIS in Semarang City: Role of financial risk tolerance. *Neo Journal of Economy*

and Social Humanities, *3*(3), 174–192. https://doi.org/10.56403/nejesh.v3i3.217

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial least squares structural equation modeling. In C. Homburg, M. Klarmann, & A. Vomberg (Eds.), *Handbook of market research* (pp. 1–40). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1

Shafidhya, T. A. (2026). *80% publik Indonesia gunakan e-wallet untuk transaksi sehari-hari*. GoodStats.

Sodik, F. (2026). Towards a sustainable Islamic digital banking ecosystem: Empirical evidence on the impact of trust and Islamic religiosity from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 1–30. https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2025-0220

Yonatan, A. Z. (2025). *Nilai transaksi uang elektronik Indonesia tembus Rp262 triliun Q3 2025*. GoodStats.

Yusfiarto, R., Supriani, I., Mutmainah, L., Hamdani, L., Khoirunnisa, A. N., & Ibrahim, M. H. (2024). Enabling Islamic internet-only banks acceptance: An empirical analysis of the UTAUT framework and Islamic compliance. *Journal of Islamic Marketing*, *15*(10), 2669–2693. https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2022-0057

Zulaikha, S., & Faricha, A. (2026). The continuance intention to use Islamic digital bank: The extended theory of expectation confirmation model. *Journal of Islamic Marketing*, *17*(6), 2021–2046. https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2025-0123