

# Dampak E-Service Quality BSI Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z Jakarta Selatan

Najwa Azizah<sup>1</sup> | Nurfala Safitri<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Negeri Jakarta, Indonesia

Corresponding author should be address to: Nurfala Safitri: [nurfala.safitri@akuntansi.pnj.ac.id](mailto:nurfala.safitri@akuntansi.pnj.ac.id)

Azizah, N., & Safitri, N. (2025). Dampak E-Service Quality BSI Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z Jakarta Selatan. *Warmadewa Economic Development Journal*, 8(2), 98-107. Doi:<https://doi.org/10.22225/wedj.8.2.2025.98-107>

**Abstract.** *This study aims to analyze the influence of e-Service quality on Bank Syariah Indonesia customers' interest in investing in gold installments, particularly among Generation Z in South Jakarta. The e-Service quality offered by BSI, encompassing aspects such as ease of access, speed of response, transaction security, and ease of use of the application, is considered a crucial factor influencing customer investment decisions. The research method used was quantitative, with data collected through questionnaires distributed to 160 Generation Z respondents in South Jakarta. The collected data were then analyzed using SmartPLS to examine the relationship between e-Service quality and customer interest. The results indicate that e-Service quality has a significant positive effect on customer interest in investing in gold installments. Dimensions of e-Service quality, such as ease of access and speed of response, are the main factors driving investment interest.*

**Keywords:** E-service quality; customer interest; generation z; gold installment investment; bank syariah Indonesia.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-Service quality terhadap minat nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan investasi cicil emas, khususnya di kalangan generasi Z di Jakarta Selatan. Kualitas layanan e-Service quality yang ditawarkan oleh BSI mencakup aspek seperti kemudahan akses, kecepatan respon, keamanan transaksi, dan kemudahan penggunaan aplikasi, dianggap sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk berinvestasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 160 responden dari kalangan generasi Z di Jakarta Selatan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan SmartPLS untuk menguji hubungan antara e-Service quality dan minat nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-Service quality yang berkualitas sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas. Dimensi e-Service quality seperti kemudahan akses dan kecepatan respons menjadi faktor utama yang meningkatkan minat investasi.

**Kata Kunci:** E-service quality; minat nasabah; gen z; investasi cicil emas; bank syariah Indonesia.

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan mayoritas beragama islam terbanyak dengan presentasi 87,5% lebih banyak dari presentasi agama lain (Badan Pusat Statistik, 2024). Hal ini menjadi potensi bagi industri keuangan syariah seperti perbankan syariah yang dibuktikan dalam laporan *State of the Global Islamic Economy Report 2020-2021* bahwa Indonesia adalah negara dengan perkembangan ekonomi syariah terbaik karena memiliki mayoritas penduduk beragama muslim (*State of the Global Islamic Economy Report*, 2020).

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah perbankan syariah dengan jumlah peminat nasabah terbanyak. Berbicara mengenai masa depan maka tidak terlepas dari kegiatan instansi yang dilakukan oleh nasabah. Cicil emas adalah salah satu produk investasi yang dimiliki bank BSI dan memiliki tujuan utama yaitu untuk memperoleh keuntungan finansial yang lebih besar dimasa yang akan datang. Selain itu, dibandingkan dengan investasi lainnya emas memiliki nilai yang lebih stabil karena memiliki nilai fluktuasi yang konsisten (Gina Nurgina Gustinar, 2022)



Model investasi cicil emas yang bisa diakses melalui Byond by BSI juga sangat cocok untuk memenuhi kebutuhan investasi gen Z sebagai generasi terbesar di Indonesia karena memiliki total 68.662.815 jiwa dengan populasi terbanyak berasal dari Jakarta Selatan sebanyak 560.224 jiwa. Selain itu gen Z yang sudah terbiasa menggunakan teknologi yang memiliki tingkat keterbukaan serta kemudahan dalam menggunakan dan mengakses segala informasi melalui internet (Sakitri, 2021).

Aplikasi BYOND by BSI dirancang untuk mempermudah akses layanan *mobile banking* bagi nasabah, namun kenyataannya masih ada beberapa masalah teknis yang sering terjadi. Salah satu peristiwa yang cukup mengganggu terjadi pada 8 Mei 2023, ketika aplikasi *mobile banking* BSI mengalami gangguan besar di seluruh Indonesia. Insiden ini menyebabkan timbulnya citra negatif terhadap BSI di mata masyarakat. Gangguan yang serupa kembali terjadi setelah BSI melakukan pembaruan dengan mengganti aplikasi BSI Mobile menjadi BYOND by BSI. Perubahan ini menyebabkan beberapa masalah teknis yang tercermin dalam banyaknya ulasan negatif dari pengguna yang terlihat di platform seperti *Google Play Store*.

Contoh dari ulasan negatif tersebut adalah komentar dari pengguna bernama Rr r, yang menyampaikan keluhannya mengenai aplikasi yang tidak dapat dibuka setelah diinstal. Ia juga menyebutkan bahwa saat mencoba mengunjungi cabang bank, petugas mengatakan bahwa aplikasi tersebut masih dalam tahap perbaikan. Dalam komentarnya, ia menyatakan, "*Aplikasi ini sangat buruk, nggak bisa dibuka setelah instal, sejak Januari hingga Februari. Datang langsung ke bank katanya masih ada pemeliharaan dari pusat. Kalau diminta upgrade aplikasi, mestinya sudah benar-benar siap dan bisa digunakan dengan lancar, kenapa malah terus bermasalah?*"

Keluhan ini mencerminkan bahwa kualitas layanan *Electronic Service Quality* yang diberikan oleh pihak BSI masih jauh dari harapan nasabah, termasuk generasi muda seperti Gen Z. Sebagai generasi yang sangat terbiasa dengan teknologi dan sangat peka terhadap keluhan yang tersebar di *platform digital*, Gen Z cenderung cepat menanggapi ulasan negatif tersebut. Dampak dari masalah teknis yang terjadi adalah dapat mengurangi minat mereka untuk menggunakan produk investasi seperti cicil emas di BSI, karena mereka menilai bahwa kualitas layanan digital yang tidak stabil dapat mengganggu pengalaman mereka dalam bertransaksi dan berinvestasi.

Selain itu, hal ini juga diperkuat dengan adanya *research gap* (penelitian terdahulu) yang menunjukkan perbedaan hasil penelitian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurul Ainia, 2023), (Robbyono et al., 2024), dan (Setyowati & Suryoko, 2020) menyimpulkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah, mendukung pandangan bahwa kualitas layanan digital yang baik meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, sedangkan hasil penelitian (Kallisa & Budhijana, 2023) menyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital tidak memberikan dampak buruk, tetapi mungkin terdapat keterbatasan pada konteks atau metode penelitian yang digunakan. Perbedaan temuan ini menunjukkan adanya gap penelitian terkait kondisi dan faktor yang mempengaruhi hubungan antara *e-service quality* dan keputusan nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang terdiri dari data, masalah dan perbedaan hasil penelitian terdahulu, penulis tertarik meninjau lebih lanjut mengenai *e-Service quality* yang diberikan oleh pihak bank terhadap Keputusan nasabah khususnya generasi Z di kota Jakarta sebagai pusat perekonomian Indonesia untuk melakukan cicil emas. Penelitian ini berjudul Dampak *E-Service Quality* BSI Terhadap Minat Investasi Emas Gen Z Jakarta Selatan.

## 2. KAJIAN LITERATUR

### Theory Planned Behavior

*Theory Planned Behavior* (TPB) atau yang sering dikenal sebagai Teori Perilaku merupakan bagian dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dibahas lebih mendalam. Dijelaskan bahwa TPB merupakan konstruksi yang dapat digunakan untuk meningkatkan TRA. Ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap perilaku tertentu maka mereka memiliki potensi yang kuat untuk mendukung perilaku tersebut (GS et al., 2022). Namun menurut Buku yang dibuat oleh (Nuri Purwanto et al., 2022), TPB adalah dimensi yang didasarkan pada kemampuan individu untuk mengatur perilaku mereka sendiri.



Teori TPB juga berfokus pada motivasi seseorang untuk melakukan tindakan tertentu melalui motivasi, maka hal ini dapat menjadi pendorong untuk melakukan perilaku tersebut.

Dalam hal ini teori TPB secara khusus menghubungkan antara *beliefs* (keyakinan) dengan attitudes (perilaku). Hal ini menjadikan seseorang akan lebih banyak mengevaluasi perilaku yang akan ditentukan oleh beberapa aksesibilitas keyakinan mereka, dimana keyakinan merupakan hal yang penting bagi setiap manusia. Dan teori TPB ini didasarkan bahwa manusia adalah makhluk logis yang akan menggunakan informasi yang tersedia secara baik dan sistematis. Orang akan melakukan sebuah tindakan berdasarkan konsekuensi yang akan ia hadapi dan memutuskan apakah akan melakukan hal tersebut atau tidak.

## Electronic Service Quality

*Electronic Service Quality* atau *e-Service quality* merupakan konsep yang sering digunakan untuk menilai seberapa baik layanan digital yang diberikan suatu platform kepada penggunaannya. Model ini dirancang untuk mengukur dan memberikan penilaian yang didasarkan pada pengalaman pengguna saat mengakses layanan secara online, dengan mempertimbangkan segala aspek seperti, kemudahannya akses, keandalan sistem, perlindungan data pribadi, serta kesesuaian layanan dengan yang dijanjikan (Wardhana, 2024; Robbyono et al., 2024). *Electronic Service Quality* merujuk pada kualitas layanan yang lebih luas dan memanfaatkan internet sebagai media penghubung antara penjual dan pembeli untuk mendukung kegiatan berbelanja secara efektif dan efisien. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *e-Service quality* adalah layanan yang diberikan melalui situs web kepada konsumen untuk mempermudah kegiatan pembelian dengan cara yang efektif dan efisien.

Proksi yang digunakan untuk mengukur *Electronic Service Quality* meliputi lima aspek utama, yaitu: *Environment Quality* yang merujuk pada kualitas tampilan antarmuka situs web; *Delivery Quality* yang berkaitan dengan interaksi pelanggan selama menggunakan layanan; *Outcome Quality* yang mencerminkan kesan dan pesan yang dirasakan pelanggan setelah menerima layanan; *Technical Quality* yang menunjukkan aspek fungsional layanan elektronik dalam proses pengiriman; serta *Functional Quality* yang menggambarkan pengalaman dan nilai yang dirasakan pengguna terhadap layanan tersebut.

Dengan begitu loyalitas pelanggan akan terbentuk apabila perusahaan dapat melakukan pelayanan yang maksimal dan membuat hubungan nasabah akan menjadi lebih harmonis dan dapat membuka peluang untuk pembelian kembali di masa depan. Selain itu, pelayanan yang memuaskan juga berpotensi menghasilkan rekomendasi dari pelanggan kepada pelanggan lain yang dapat memberikan keuntungan bagi bisnis. Secara keseluruhan, kualitas produk yang baik juga menjadi faktor penting dalam memperkuat loyalitas konsumen, sehingga mereka akan semakin setia dengan produk yang ditawarkan.

## Keputusan Nasabah

Keputusan Nasabah adalah perilaku yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pilihannya untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu. Mencari informasi, menilai pilihan, menentukan kebutuhan, dan akhirnya melakukan pembelian merupakan langkah-langkah dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, yaitu psikologis, faktor ekonomi dan lingkungan sekitar. Untuk membangun kepercayaan nasabah perusahaan wajib membuat rencana strategi yang baik dan matang agar mendapatkan rencana strategi yang efektif dan menarik minat para nasabah untuk memilih atau menggunakan produk tersebut serta perusahaan harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan para konsumen agar perusahaan dapat mengembangkan daya tarik jual untuk menyaingi pasar.

## Investasi

Investasi diartikan sebagai aktivitas mengalokasikan sejumlah dana ke dalam suatu usaha atau proyek tertentu dengan harapan untuk memperoleh imbal hasil di masa mendatang. Istilah lainnya juga sering disebut sebagai penanaman uang atau modal, yaitu upaya menempatkan dana pada suatu aset dengan tujuan memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan nilai awalnya. Dengan demikian, aset yang diinvestasikan tidak hanya terbatas pada uang tunai, tetapi juga bisa berupa perlengkapan, hak intelektual, aset digital, maupun keterampilan tertentu. Oleh karena itu, sebagai



individu maupun badan usaha melakukan investasi adalah bagian dari strategi pengelolaan kekayaan untuk memperkuat posisi finansial mereka (Afifah & Ardyansyah, 2023). Tujuan utama dari kegiatan investasi ini adalah untuk memperoleh berbagai keuntungan dan manfaat yang layak untuk jangka panjang, menjaga aset dari tekanan dampak inflasi dan meningkatkan serta mendukung pertumbuhan nilai ekonomi melalui aktivitas ekspor.

### Cicil Emas

Cicil emas menawarkan beberapa manfaat seperti berfungsi sebagai tabungan untuk masa pensiun, melindungi nilai aset dari inflasi, dan kemudahan untuk dijual atau digadaikan di berbagai tempat, serta emas juga dapat berfungsi sebagai bentuk asuransi (Afifah & Ardyansyah, 2023). Sebagai investasi, cicil emas menawarkan nilai yang lebih menguntungkan dan memiliki keunggulan dalam menjamin keuangan seseorang dimasa depan jika dibandingkan dengan produk investasi lainnya. Hal ini disebabkan oleh kecenderungan harga emas yang terus meningkat setiap tahunnya dan membuatnya lebih tahan terhadap inflasi. Dengan demikian kepemilikan emas akan sangat menguntungkan bagi nasabah yang ingin membangun aset dimasa depan (Johny Budiman, 2023).

### Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang sering disebut sebagai generasi yang handal dan peka terhadap teknologi. *C generation* atau disebut sebagai generasi yang *connected* pada kecanggihan teknologi saat ini, generasi Z berkembang sangat pesat pada era digital saat ini. Generasi Z tumbuh ditengah-tengah maraknya teknologi, generasi Z tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat komunikasi tetapi juga menjadikan alat untuk mencari informasi, sarana membangun karir dan mengekspresikan diri (Kamil & Laksmi, 2023).

Karakteristik yang dimiliki oleh Gen Z tentunya tidak terlepas dari perilaku Gen Z sehari-hari. Hal ini berkaitan erat dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang memberikan pendekatan terhadap pemahaman perilaku seseorang secara komperhensif. TPB juga menambahkan unsur kontrol terhadap perilaku yang dirasakan sebagai faktor yang akan mempengaruhi niat seseorang untuk bertindak. Untuk melaksanakan tindakan tersebut, maka kita perlu yang namanya sikap positif individu atau tindakan yang akan meningkatkan kecenderungan untuk mendukung dan melakukan suatu tindakan tersebut.

Menurut buku yang ditulis oleh Nuri Purwanto et al., (2022) juga menjelaskan bahwa motivasi berperan penting sebagai kekuatan dan menjadi pendorong utama bagi pengambilan keputusan individu dalam mengatur suatu tindakan atau perilakunya sendiri. Dalam pendekatan *Theory Planned Behavior* (TPB), terdapat penekanan pada hubungan kepercayaan individu terhadap sesuatu dan sikap yang mereka miliki terhadap perilaku tersebut. Teori ini menyatakan bahwa *Electronic Service Quality* (*e-Service quality*) sangat berpengaruh bagi keputusan nasabah yang ingin memilih produk suatu bank atau tidak. Dengan adanya *e-Service quality* yang memuaskan maka keputusan pembelian nasabah pun akan terus semakin meningkat. *E-Service quality* yang baik akan menambah kualitas pelayanan suatu perusahaan, maka *e-Service quality* akan sangat berpengaruh bagi kesuksesan suatu perusahaan termasuk pada perusahaan perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia (BSI).

## 3. METODE

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keputusan Gen Z terhadap minat investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan fokus pada peran *e-Service Quality* dalam memengaruhi keputusan nasabah. Menggunakan 160 responden dari total populasi 560.224 jiwa Gen Z yang merupakan generasi kelahiran tahun 1997-2012 di Jakarta Selatan dengan spesifikasi yang sudah mendapatkan penghasilan sebagai syarat dalam peroses pemilihan sampel. jumlah sampel ditentukan melalui rumus Slovin yang umum digunakan saat distribusi populasi belum diketahui secara pasti. Rumus Slovin sering digunakan sebagai rumus penentuan sampel karena dianggap kesederhanaan dalam penerapannya serta tidak memerlukan variasi populasi tertentu, namun rumus Slovin juga mendapat kritik karena sering kali memberikan hasil yang kurang maksimal dan ketidakakuratan, terutama dalam konteks populasi heterogen (Budi Antoro, 2024).

Adapun rumus slovin adalah sebagai berikut:



$$\eta = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah sampel dalam penelitian

$N$  : Jumlah populasi dalam penelitian

$e$  : tingkat eror yang dijadikan sebagai rujukan

Dari rumus tersebut didapat hasil perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\eta &= \frac{560.224}{1 + 560.224 (0.1^2)} \\ \eta &= \frac{560.224}{5.603,02} \\ \eta &= 99,986 \approx 100\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diketahui bahwa jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam rumus ini sebanyak 100 sampel. Namun hasil perhitungan dari penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan penulis, penulis menetapkan untuk menyebarkan kepada 160 responden yang jumlahnya sudah melebihi batas minimum yang telah ditentukan. Hal ini berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh (Taherdoost, 2018) mengenai *Determine Sample Size* Sementara semakin besar sampel, semakin kecil kemungkinan bahwa temuan akan menjadi bias. Proses pengumpulan data ini sudah dikumpulkan selama bulan Januari sampai dengan bulan April tahun 2025.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama pengujian dilakukan dengan menguji validitas dan reliabilitas, yang kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Seluruh pengujian ini dilakukan menggunakan *software SmartPLS 4* untuk *Windows* sebagai alat bantu pengolahan data.

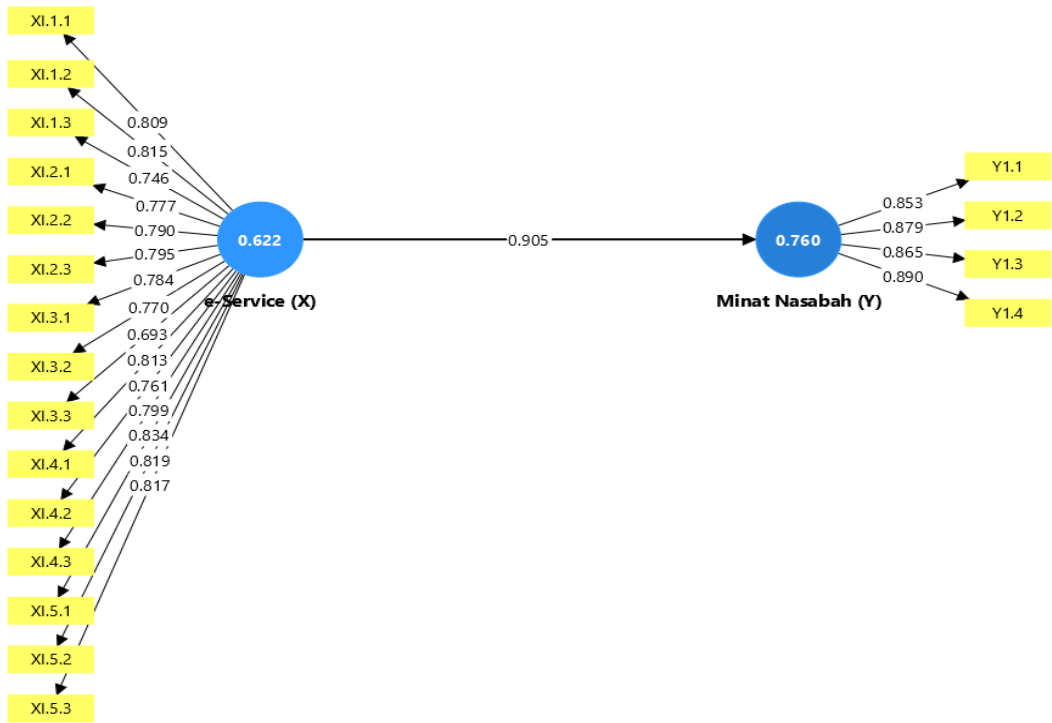
##### Pengujian *Outer Loading* (Model Pengukuran)

Convegent Validity

*Convegent validity* pada model pengukuran dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan korelasi antara beberapa komponen atau skor yang diolah menggunakan *software SmartPLS 4.0* dengan ukuran reklektif yang dianggap tinggi apabila memiliki korelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang telah diukur. Dalam penelitian ini, pada tahap awal pengembangan skala pengukuran nilai loading memiliki faktor antara 0,5 hingga 0,6 yang masih dianggap memadai. Namun pada tahap awal pengembangan menurut Ghozali dan Laten, skala memiliki ukuran reflektif tinggi yang memiliki korelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang diukur. Tetapi untuk tahap awal ini memiliki nilai *loading* antara 0,5 hingga 0,6 dikatakan sudah cukup layak untuk validitas konvergen.

Penulisan ini menerapkan pendekatan tersebut dengan menggunakan batas minimum *loading factor* sebesar 0,5 sebagai indikator terpenuhinya validitas konvergen.





Gambar 1. Pengukuran Outer Model Variable Electronic Service Quality dan Minat Nasabah

Sumber: Pengolahan data oleh peneliti menggunakan SmartPLS, 2025

Gambar 1 menunjukkan bahwa variable X dan Y memiliki hubungan yang spesifik antar variable beserta indikator-indikatornya dan disertai nilai *outer loading*. Dibawah ini akan dibagikan nilai-nilai *outer loading* untuk setiap variable yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini.

Tabel 1. Nilai Outer Loading

Variabel	Indikator	Outer loading	Keterangan
Electronic Service Quality (X)	XI.1.1	0.809	Valid
	XI.1.2	0.815	Valid
	XI.1.3	0.746	Valid
	XI.1.4	0.777	Valid
	XI.1.5	0.790	Valid
	XI.1.6	0.795	Valid
	XI.1.7	0.784	Valid
	XI.1.8	0.770	Valid
	XI.1.9	0.693	Valid
	XI.1.10	0.813	Valid
	XI.1.11	0.761	Valid
	XI.1.12	0.799	Valid
	XI.1.13	0.834	Valid
	XI.1.14	0.819	Valid
	XI.1.15	0.817	Valid
Minat Nasabah (Y)	Y1.1	0.853	Valid
	Y1.2	0.879	Valid
	Y1.3	0.865	Valid
	Y1.4	0.890	Valid

Sumber: diolah peneliti (2025)

Berdasarkan olah data *outer loading* yang menggunakan SmartPLS pada table 4.7 menunjukan bahwa kedua variable X dan Y telah memenuhi syarat dengan menunjukkan nilai *outer loading* diatas 0,5 sehingga dinyatakan valid atau layak, Sebagaimana ditunjukkan bahwa setiap indikator *outer loading* dibawah 0,5 dianggap memiliki tingkat valid yang rendah atau tidak memenuhi validasi penelitian ini.



## Discriminant Validity

*Discriminant Validity* berfungsi untuk menunjukkan atau memastikan bahwa masing-masing konstruk tidak memiliki variable laten yang sama agar menghindarkan tumpang tindih terhadap variable lainnya.

Tabel 2. Hasil Cross Loading

Indikator	X (e-Service Quality)	Y (Minat Nasabah)
XI.1.1	0.853	0.776
XI.1.2	0.817	0.763
XI.1.3	0.783	0.668
XI.1.4	0.719	0.590
XI.1.5	0.812	0.655
XI.1.6	0.789	0.681
XI.1.7	0.813	0.635
XI.1.8	0.849	0.753
XI.1.9	0.761	0.665
XI.1.10	0.862	0.755
XI.1.11	0.792	0.681
XI.1.12	0.838	0.736
XI.1.13	0.804	0.696
XI.1.14	0.809	0.726
XI.1.15	0.869	0.810
Y1.1	0.750	0.883
Y1.2	0.762	0.868
Y1.3	0.780	0.837
Y1.4	0.738	0.885

Sumber: Pengolahan data oleh peneliti menggunakan SmartPLS, 2025

Berdasarkan hasil olah data *cross loading* pada tabel 2 menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi terhadap konstruk asalnya. Tidak ada indikator yang menunjukkan tumpang tindih satu sama lain, maka dinyatakan bahwa *cross loading* diatas telah memiliki *discriminant validity* yang lebih baik terhadap variable lainnya.

### Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian Model Struktural atau *Inner Model* memiliki tujuan untuk mengevaluasi setiap hubungan antar konstruk dalam penelitian olah data ini, serta untuk menilai tingkat yang signifikan terhadap nilai koefisien determinasi (*R-square*), uji T dan koefisien jalur (*path coefficient*) dalam menggambarkan hubungan antar variable yang struktural.

#### Uji R-Square

Uji *R-square* merupakan pengujian yang memiliki tujuan untuk mengukur seberapa berpengaruhnya efek variable independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Nilai R-square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Minat nasabah (Y)	0.819	0.818

Sumber: Pengolahan data oleh peneliti menggunakan SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *R-square* terhadap minat investasi cicil emas sebesar 0.819. artinya 81,9% variasi atau perubahan dalam minat investasi nasabah dapat dijelaskan oleh variable indenpenden yang terdapat dalam model penelitian ini. Sementara itu 18,1% sisanya akan dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian ini. Nilai *R-square* yang tinggi ini menunjukkan bahwa model struktural yang dibangun memiliki kemampuan yang sangat baik, karena hampir seluruh variable dari minat nasabah terhadap cicil emas dapat dijelaskan dengan baik oleh konstruk yang dianalisis.

#### Uji Bootstrapping

Uji *bootstrapping* bertujuan untuk melihat apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara



variabel independen dan dependen. Penelitian ini menggunakan *path coefficient* untuk menentukan pentingnya parameter dan t-statistik untuk menentukan tingkat signifikansi. Hal ini ditunjukkan untuk melihat nilai yang signifikan dan dapat memberikan informasi penting tentang kekuatan dan arah hubungan antara variabel. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *bootstrapping* ditentukan oleh nilai probabilitas (*p-value*) dan batas probabilitas yang digunakan adalah 0,05

Tabel 4. Path Coeffients (Inner Model)

e-Service Quality (X)	Minat Investasi (Y)
e-Service (X)	1.000

Sumber: Pengolahan data oleh peneliti menggunakan SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa nilai *e-Service quality* (X) terhadap dirinya sendiri menunjukkan minat investasi cicil emas (Y) adalah 1.000, yang menyatakan bahwa konstruk ini mengukur dirinya secara sempurna atau berpengaruh positif dan kuat dari variabel *e-Service quality* terhadap variabel minat investasi cicil emas. Dengan nilai koefisien mencapai 1 maka kedua variabel tersebut dinyatakan sangat signifikan dalam model struktural (*Inner Model*).

Dalam olah data ini menggunakan SmartPLS dengan menggunakan metode *bootstrapping*. Metode ini dilakukan dengan mengambil sampel ulang secara acak dari data asli untuk menguji stabilitas estimasi. Selain itu, *bootstrapping* juga bertujuan untuk mengatasi masalah ketidaknormalan distribusi data yang sering terjadi dalam penelitian sosial.

Tabel 5. Uji Bootstapping

	Standart Deviation (STDEV)	T statistics ( O STDEV )	P Values
<i>e-Service quality</i> (X) > Minat nasabah (Y)	0.023	39.202	0.000

Sumber: diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil analisis, nilai standard deviation (STDEV) untuk pengaruh e-Service Quality terhadap minat nasabah adalah sebesar 0,023, dengan nilai t-statistics sebesar 39,202 dan nilai p-value sebesar 0,000. Nilai t-statistics yang jauh melebihi batas kritis (1,96 untuk  $\alpha = 0,05$ ) dan p-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa e-Service Quality berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Dengan demikian, kualitas layanan elektronik terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk minat investasi nasabah.

## Pembahasan

Berdasarkan seluruh hasil pengolahan data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Electronic Service Quality sangat berpengaruh terhadap minat seseorang dalam berinvestasi khusus nya pada cicil emas. Salah satu faktor penting dalam membentuk minat investasi emas Gen Z melalui platform digital seperti BYOND adalah persepsi terhadap keandalan dan keamanan sistem.

Adanya Electronic Service Quality diharapkan mampu menjadi media respons cepat terhadap gangguan layanan penting untuk menjaga kepercayaan dan kontrol nasabah. Penanganan proaktif ini meminimalisir kekhawatiran dan membuat Gen Z tetap merasa layanan dapat diandalkan. Strategi pemberian alternatif saat gangguan juga meningkatkan perceived control mereka dimana Gen Z tahu ada pilihan cadangan sehingga tak benar-benar terjebak. Sikap mereka pun lebih positif (tidak antipati) karena bank transparan dan responsif.

Insiden gangguan layanan BYOND, meski baru beberapa kali terjadi, menciptakan dampak psikologis pada pengguna. Misalnya, pada 8–12 Mei 2023 BSI mengalami serangan ransomware (LockBit) yang menyebabkan 15 juta data nasabah bocor dan layanan offline beberapa hari. Baru-baru ini, aplikasi BYOND juga sempat terganggu selama proses upgrade pada 9–10 Februari 2023. Walaupun BSI menjelaskan itu hanya pemeliharaan rutin, gangguan tersebut memunculkan kekhawatiran publik dan kembali mengingatkan publik pada peretasan 2023 (Merdeka.com, 2025).

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), gangguan seperti ini dapat menurunkan perceived behavioral control (PBC) pengguna (Ajzen, 1991). PBC adalah keyakinan seseorang bahwa ia mampu melakukan tindakan tertentu. Jika aplikasi kerap error, Gen Z mungkin merasa mereka tidak sepenuhnya bisa mengendalikan proses investasi, misalnya takut gagal transaksi saat harga emas naik.



Menurut TPB, rendahnya PBC dapat menurunkan intensi berinvestasi, walaupun sikap dan norma subjektif mendukung.

Meski demikian, Radi (2024) menunjukkan bahwa Gen Z cenderung tidak terlalu dipengaruhi oleh faktor keamanan teknis dalam memilih cicil emas; mereka lebih menekankan faktor kemudahan akses aplikasi dan pengetahuan investasi (Radi, 2025). Ini berarti selama BYOND tetap menyediakan user experience yang mulus, Gen Z akan tetap responsif terhadap tawaran investasi emas, meski ada kekhawatiran tersirat tentang risiko sistem. Namun, penelitian Johan & Azarian (2025) mengingatkan pentingnya menurunkan persepsi risiko secara umum karena persepsi risiko yang tinggi memang terbukti menurunkan minat investasi emas Gen Z (Rahmayani & Ariella, 2025). Oleh karenanya, BSI perlu proaktif mengedukasi nasabah muda mengenai keandalan layanan dan keuntungan emas sehingga mengurangi kekhawatiran serta memastikan keberlanjutan layanan tanpa gangguan besar.

## 5. KESIMPULAN

Penulisan ini menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality* terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih cicil emas sebagai investasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan digital, seperti kemudahan akses aplikasi, kecepatan transaksi, keandalan sistem, serta tampilan antarmuka yang *user-friendly*, berperan penting dalam meningkatkan minat nasabah, terutama dari kalangan generasi muda yang akrab dengan teknologi. Oleh karena itu, peningkatan kualitas *e-service quality* merupakan strategi yang relevan dan efektif dalam menarik minat investasi bagi gen Z khususnya di Jakarta pada segmen pasar ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Ardyansyah, F. (2023). Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2879–2900. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>
- 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](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Badan Pusat Statistik. (2024). *badan statistik-indonesia-2024*.
- Budi Antoro. (2024). *Analisis Penerapan Formula Slovin Dalam Penelitian Ilmiah: Kelebihan, Kelemahan, Dan Kesalahan Dalam Perspektif Statistik*. <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jmsh>
- Gina Nurgina Gustinar. (2022). *Minat Investasi Mahasiswa-Mahasiswi FBE UII Terhadap Investasi Emas*.
- GS, R. E., M, K. S., Fadilla, D., R, S. D., & Dyah, I. G. A. (2022). Peningkatan pemahaman perilaku swamedikasi dengan metode Theory Planned Behaviour dalam promosi kesehatan. *Jurnal Pengabdian Harapan Ibu (JPHI)*, 4(1), 7. <https://doi.org/10.30644/jphi.v4i1.627>
- Johny Budiman\*, Y. E. F. J. K. L. V. (2023). Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Cicil Emas BSI. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(1). <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i1.7502>
- Kallisa, S. N., & Budhijana, B. (2023). *Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Manfaat Dan Kepercayaan Nasabah Pengguna Livin by Mandiri Pada Pt. Bank Mandiri (Persero)TBK (Studi Kasus Pada Nasabah Kp Jakarta Akr Gallery West)*.
- Kamil, R., & Laksmi. (2023). *Generasi Z, pustakawan dan vita activa kepastakawanan*. <https://doi.org/10.55981/j.baca.2023.1119>
- Merdeka.com. (2025). Mengenal Aplikasi BYOND BSI yang Sempat Error, Ini Fitur-fitur Unggulannya. *Merdeka.Com*.
- Nuri Purwanto, Budiyanto, & Suherman. (2022). *Theory of Planned Behavior*.
- Nurul Ainia. (2023). *Pengaruh Electronic Word of Mouth, Electronic Service Quality, Dan Labelisasi Syariah Terhadap Purchase Intention Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Malang*.
- Radi, A. M. P. (2025). *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Cicil Emas Melalui BSI Mobile Pada Generasi Z*. Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/86774/1/ANDI%20MAURA%20PUTRI%](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/86774/1/ANDI%20MAURA%20PUTRI%20)



20RADI-

FEB.pdf#:~:text=match%20at%20L4119%20sekadar%20aspek,cicil%20emas%20melalui%20BSI%20M  
obile

- Rahmayani, J., & Ariella, A. (2025). Persepsi Risiko, Financial Self-Efficacy Dan Minat Investasi Emas Pada Generasi Z: Risk Perception, Financial Self-Efficacy, and Interest in Gold Investment among Gen-Z. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 18(1), 26–37. <https://doi.org/10.24156/jikk.2025.18.1.26>
- Robbyono, I. R., Soebiantoro2, U., Program, \*, Manajemen, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2024). *The Effect of Perceived Benefits and Electronic Service Quality on Decisions to Use the Neobank Application in Surabaya City*.
- Sakitri, G. (2021). "Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!"
- Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). *Pengaruh E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Melalui E-Trust Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak di Kota Semarang)*. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)
- State of the Global Islamic Economy Report. (2020). *State of the Global Islamic Economy Report*.
- Taherdoost, H. (2018). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3205035>
- Wardhana, A. (2024). *Model Pengukuran E-Service Quality*. <https://www.researchgate.net/publication/384661017>