

ABSTRAK

Verrill Zain Syafiq (2026), Pengaruh Citra Merek dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Membuka Rekening di Bank Muamalat pada Generasi Z di Kota Bandung.

Keputusan Generasi Z dalam memilih lembaga perbankan dapat terbentuk melalui penilaian terhadap suatu merek serta pemahaman mengenai sistem keuangan syariah. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menganalisis peranan Citra Merek dan Literasi Keuangan Syariah dalam membentuk Minat Membuka Rekening di Bank Muamalat pada Generasi Z yang berdomisili di Kota Bandung.

Penelitian dilaksanakan melalui pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif-verifikatif. Sebanyak 120 responden dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Responden yang dilibatkan berusia 17–27 tahun, tinggal di Kota Bandung, telah mengetahui Bank Muamalat, tetapi belum pernah mempunyai rekening pada bank tersebut. Informasi penelitian dihimpun melalui kuesioner tertutup berbasis Google Form dengan skala Likert lima tingkat. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS yang mencakup statistik deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, pengujian asumsi klasik, regresi linear berganda, uji parsial, uji simultan, serta koefisien determinasi.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa Citra Merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Membuka Rekening, dengan koefisien regresi 0,396, nilai *t* sebesar 5,486, dan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Literasi Keuangan Syariah juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dengan koefisien 0,264, nilai *t* sebesar 3,726, dan signifikansi kurang dari 0,001. Ketika diuji secara bersama-sama, kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap Minat Membuka Rekening, ditunjukkan oleh nilai *F* sebesar 20,613 dengan signifikansi kurang dari 0,001. Nilai R^2 sebesar 0,261 mengindikasikan bahwa 26,1% perubahan Minat Membuka Rekening dapat diterangkan oleh Citra Merek dan Literasi Keuangan Syariah, sementara 73,9% lainnya berkaitan dengan faktor di luar model penelitian.

Hasil tersebut menegaskan bahwa peningkatan minat Generasi Z untuk membuka rekening di Bank Muamalat berkaitan dengan pembentukan persepsi merek yang positif dan penguatan pemahaman mengenai keuangan syariah.

Kata kunci: Citra Merek, Literasi Keuangan Syariah, Minat Membuka Rekening, Generasi Z, Bank Muamalat.