

ABSTRAK

Nadiatus Saodah, 2024, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Fintech OVO Pada Generasi Z*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing : Uly Mabruroh Halida, M.E.

Kata kunci : *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Minat Bertransaksi, Fintech.*

Kemajuan ekonomi di Indonesia bersandar pada lingkungan perbankannya. *Fintech (Financial Technology)* mempermudah para generasi Z yang kesehariannya melekat dengan teknologi dan ekonomi seperti layanan aplikasi OVO. Salah satu layanan yang ditawarkan oleh OVO antara lain pembayaran tagihan listrik, pulsa dan lain-lain terutama mudah melakukan pembayaran untuk berbelanja online. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh minat bertransaksi dalam waktu jangka panjang. Dalam meningkatkan minat bertransaksi pengguna aplikasi OVO diantaranya adalah memperhatikan kualitas pelayanan dan kualitas produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* OVO pada generasi Z.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang menggunakan aplikasi OVO yang tidak diketahui jumlah penggunaannya karena tidak ada data yang spesifik pengguna OVO di Camplong. Sedangkan dalam penentuan sampel, peneliti menggunakan rumus *Lemmesshow* sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 96 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *Purposive Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* OVO dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $12,331 > 3,12$ dengan nilai $sig.0,000 < 0,05$. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* OVO dengan nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ sebesar $0,510 < 1,994$ dengan nilai $sig. 0,612 > 0,05$. Untuk variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* OVO dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ sebesar $4,443 > 1,994$ dengan nilai $sig. 0,00 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat bertransaksi menggunakan *fintech* OVO sebesar 0,263. Hal tersebut menunjukkan bahwa dari variabel minat bertransaksi dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk yaitu sebesar 26,3% dan sisanya 73,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.