

# Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat untuk Memilih Pembiayaan Syariah sebagai Pembiayaan Kendaraan Bermotor Studi Generasi Muslim Milenial Indonesia. = Factors Influencing Intention to Choose Sharia Financing as Motor Vehicle Financing Study of the Indonesian Millennial Muslim Generation

Fahmi Agustian, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20520467&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh <em>social influence, awareness, religious obligation, price of financing, </em>dan <em>attitude</em> terhadap niat untuk memilih pembiayaan syariah sebagai pembiayaan kendaraan bermotor oleh generasi muslim milenial. Selain itu, peran <em>religiosity</em> sebagai moderasi juga dikaji. Penelitian ini mengadaptasi model penelitian <em>theory of reasoned action (TRA)</em> untuk menguji niat generasi muslim milenial dalam memilih pembiayaan syariah sebagai pembiayaan kendaraan bermotor. Data di kumpulkan melalui survei terhadap 233 responden generasi Muslim milenial di Jabodetabek dan dianalisa menggunakan metode <em>partial least square structural equation model </em>(PLS-SEM) dengan SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengaruh sosial, kewajiban agama, dan harga pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap terhadap niat generasi muslim milenial dalam memilih pembiayaan syariah sebagai pembiayaan kendaraan bermotor. Sementara itu, kesadaran dan peran moderator religiusitas tidak ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan. Manajer dan pemasar bank syariah dapat mengambil manfaat dari temuan penelitian ini, yang memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang harus dipertimbangkan untuk mempromosikan pembiayaan syariah. Temuan ini berkontribusi pada literatur tentang produk pembiayaan syariah dengan menunjukkan pendorong sikap dan niat untuk menggunakan pembiayaan syariah. Kajian ini juga memperluas literatur dengan mengkaji peran moderasi religiusitas.

.....

This study aims to examine the effect of social influence, awareness, religious obligation, price of financing, and attitude on the intention to choose sharia financing as motor vehicle financing by the millennial muslim generation. In addition, the role of religiosity as a moderator is also studied. This study adapts the theory of reasoned action (TRA) research model to examine the intentions of the millennial generation in choosing Islamic financing as motor vehicle financing. Data was collected through a survey of 233 millennial Muslim respondents in jabodetabek and analyzed using the partial least square structural equation model (PLS-SEM) method with SmartPLS 3.0. The results of this study find that social influence, religious obligation, and price of financing have a significant effect on attitude on the intentions of the millennial Muslim generation in choosing Islamic financing as motor vehicle financing. meanwhile, awareness and the moderating role of religiosity were not found to have a significant effect. Islamic bank managers and marketers could benefit from the findings of this study, which provide insight into the factors that should be considered for promoting Islamic financing. This finding contributes to the literature on Islamic financing products by showing the drivers of attitudes and intentions to use Islamic financing. The study also expands the literature by examining the moderating role of religiosity.