

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Intensi Generasi Milenial dalam Mengadopsi Produk Simpanan pada Bank Digital Syariah = Analysis of Factors Influencing Millennial Generation Intentions in Adopting Savings Products at Islamic Digital Banks

Vita Adela Aviantie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920526003&lokasi=lokal>

Abstrak

Hadirnya bank digital syariah di Indonesia menunjukkan adanya potensi digitalisasi pada sektor perbankan syariah yang semakin berkembang. Minat generasi muda yaitu generasi milenial dianggap cukup tinggi terhadap perkembangan bank digital syariah, namun masih memiliki minat menabung yang rendah. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor (literasi keuangan syariah, kesadaran, biaya dan manfaat, reputasi, norma subyektif, religiusitas, dan sikap) terhadap intensi generasi milenial dalam mengadopsi produk simpanan bank digital syariah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran faktor sikap sebagai mediator hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi intensi generasi milenial dalam mengadopsi produk simpanan bank digital syariah. Data penelitian yang diperoleh sejumlah 217 responden dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran, reputasi, norma subyektif, religiusitas, dan sikap dapat mempengaruhi intensi secara langsung maupun tidak langsung melalui peran variabel mediator, namun hasil berbeda pada faktor literasi keuangan syariah serta biaya dan manfaat. Selain itu, penelitian yang membahas terkait hadirnya bank digital syariah di Indonesia juga belum pernah diteliti sebelumnya.

.....The potential for digitalization in the expanding Islamic banking industry is demonstrated by the existence of Islamic digital banks in Indonesia. The younger generation, or the millennial generation, is thought to be quite interested in the growth of Islamic digital banks, although they are still not very motivated for saving money. This study aims to understand the influences on the millennial generation's intentions to use Islamic digital bank savings products, including Islamic financial literacy, awareness, costs and benefits, reputation, subjective norms, religiosity, and attitudes. This study also aims to determine how the attitude element affects the millennial generation's intention to use Islamic digital bank savings products as a mediator between other factors. 217 respondents contributed research data, which was analyzed using the PLS-SEM method. The results of the study show that awareness, reputation, subjective norms, religiosity, and attitudes can affect intentions directly or indirectly through the role of the mediator variable, however the results differ on the Islamic financial literacy factor as well as the costs and benefits. Additionally, research on the existence of Islamic digital banks in Indonesia has not previously been studied.