

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor Generasi Milenial terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Tulungagung)” ini ditulis oleh Syaidatul Sahida, NIM. 17401163057, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC. MA.

Penulisan ini dilatarbelakangi oleh revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan yang menekankan fasilitas teknologi untuk memudahkan pekerjaan, begitu juga pada layanan transaksi keuangan. Perbankan syariah dapat terus mempertahankan nasabahnya dengan mengetahui apa harapan dan minat mereka. Faktanya perilaku nasabah saat ini lebih mengarah pada ranah digital. Dapat diketahui, salah satu pangsa pasar bank syariah yang besar terletak pada generasi milenial. Generasi milenial merupakan generasi yang melek terhadap produk keuangan. Sehingga, adalah hal yang penting untuk mengetahui harapan serta minat mereka terhadap produk layanan dari perbankan syariah.

Penelitian ini bertujuan 1) untuk menganalisis apakah faktor fasilitas layanan *Automated Teller Machine* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial, 2) untuk menganalisis apakah faktor fasilitas layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial, 3) untuk menganalisis apakah faktor fasilitas layanan *Internet Banking* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial, 4) untuk menganalisis apakah faktor fasilitas layanan Mesin *Electronic Data Capture* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial 5) untuk menganalisis apakah faktor Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial 6) untuk menganalisis faktor apakah yang paling dominan diantara fasilitas layanan *Automated Teller Machine*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, Mesin *Electronic Data Capture* serta Religiusitas terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *roscoe*. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner, dengan skala *likert*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor fasilitas layanan *Automated Teller Machine*, *Mobile Banking*, *Internet Banking*, Mesin *Electronic Data Capture* dan Religiusitas secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial, dan faktor religiusitas yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah pada Generasi Milenial.

Kata kunci: *Automated Teller Machine*, Generasi Milenial, *Internet Banking*, Minat, Mesin *Electronic Data Capture*, *Mobile Banking*, Religiusitas.

ABSTRACT

This thesis with the title "Analysis of Millennial Generation Factors on Interest in Becoming a Sharia Bank Customer (Study on Islamic Banking Students of IAIN Tulungagung)" was written by Syaidatul Sahida, NIM. 17401163057, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung, Advisor, Dr. Ali Mauludi, AC. MA.

This writing is motivated by the industrial revolution 4.0 which has brought changes that emphasize technological facilities to facilitate work, as well as financial transaction services. Islamic banking can continue to maintain its customers by knowing what their hopes and interests are, the fact is that current customer behavior is more towards the digital realm. It can be seen that one of the large Islamic bank market shares lies in the millennial generation. The millennial generation is a generation that is literate about financial products. So, it is important to know their hopes and interests in the service products of Islamic banking.

This study aims 1) to analyze whether the factor of Automated Teller Machine service facilities has a significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banking for the Millennial Generation, 2) to analyze whether the factors of Mobile Banking service facilities have a significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banking on Millennial Generation, 3) to analyze whether the factors of Internet Banking service facilities have a significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banking for the Millennial Generation, 4) to analyze whether the factors of Electronic Data Capture Machine service facilities have a significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banking in Millennial Generation 5) to analyze whether the factor of service facilities Religiosity service facilities has a significant effect on the interest in becoming a customer of Islamic banking in Millennial Generation 6) to analyze What are the most dominant factors among the Automated Teller Machine, Mobile Banking, Internet Banking, Electronic Data Capture Machine and Religiosity towards the interest in becoming a customer of Islamic banking in the Millennial Generation

This study uses a quantitative research approach. The sampling technique used non-problem sampling with the Roscoe method. The data used are primary data obtained from the results of filling out the questionnaire, with a Likert scale. The analysis used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the service facility factors of Automated Teller Machine, Mobile Banking, Internet Banking, Electronic Data Capture Machines and Religiosity partially have a positive effect on the interest in becoming a customer of Islamic banking in the Millennial Generation, and the most dominant religious factor influencing the interest in becoming a customer Islamic banking on Millennial Generation.

Keywords: Automated Teller Machines, Electronic Data Capture Machines, Interests, Internet Banking, Millennial Generation, Mobile Banking, Religiosity