

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS, DAN DIGITAL BANKING TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK SYARIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA CABANG LUMAJANG: ANALISIS SEM-PLS PADA GENERASI MILENIALMuhammad Ichwanus Surur¹, Andila Ramadani²¹IAI Miftahul Ulum Lumajang, ichwansr93@gmail.com,²Universitas Jember, raramadani0@gmail.com

DOI: 10.58293/esa.v8i1.182

Submit:10-02-2026

Revision:11-02-2026

Accepted:28-02-2026

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan digital banking terhadap minat menggunakan bank syariah pada generasi milenial. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada masih rendahnya pangsa pasar perbankan syariah dibandingkan potensijumlah penduduk muslim Indonesia, khususnya dari kalangan milenial yang memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden generasi milenial berusia 25-40 tahun yang memenuhi kriteria penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwaseluruh konstruk memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Nilai R- Square sebesar 0,682 menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, religiusitas, dan digital banking mampu menjelaskan 68,2% variasiminat menggunakan bank syariah. Secaraparsial, ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat, dengan digital banking sebagai variabel paling dominan. Temuan ini menunjukkan bahwa selain faktor religius dan literasi, kemudahan serta kualitas layanan digital menjadi pertimbangan utama generasi milenial dalam memilih bank syariah. Penelitian ini memberikan implikasi strategis bagi perbankan syariah untuk meningkatkan literasi keuangan serta memperkuat transformasi digital guna meningkatkan daya saing dan minatnasabah muda.

Kata Kunci: Literasi keuangan syariah, religiusitas, digital banking, SEM-PLS, generasi milenial

Abstract

This study examines the influence of Islamic financial literacy, religiosity, and digital banking on millennials' intention to use Islamic banking services. Despite the significant growth of Islamic banking in Indonesia, its market share remains below its potential, particularly among the millennial segment, which is characterized by strong technological adaptability. A quantitative approach was employed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Data were collected from 150 millennial respondents aged 25–40 years through a structured questionnaire. The measurement model assessment confirmed adequate convergent validity, discriminant validity, and reliability across all constructs. The structural model results indicate that Islamic financial literacy, religiosity, and digital banking positively

and significantly influence the intention to use Islamic banks. The model explains 68.2% of the variance in behavioral intention ($R^2 = 0.682$). Among the predictors, digital banking emerged as the most dominant factor, highlighting the critical role of technological convenience, accessibility, and service efficiency in shaping millennials' banking

preferences. These findings suggest that strengthening digital transformation strategies, alongside enhancing Islamic financial literacy and value-based engagement, is essential for increasing Islamic banking adoption among younger generations.

Keywords: *Islamic financial literacy, religiosity, digital banking, PLS-SEM, millennials.*

A. Pendahuluan

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia dalam lima tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, baik dari sisi aset, pembiayaan, maupun jumlah nasabah.¹ Namun demikian, peningkatan tersebut belum sepenuhnya mencerminkan potensi pasar generasimilenial yang jumlahnya sangat besar dalam struktur demografi Indonesia.²

Generasimilenial dikenal sebagai kelompok usia produktif yang memiliki karakteristik adaptif terhadap teknologi, terbuka terhadap inovasi keuangan, serta memiliki preferensi terhadap layanan yang praktis dan digital.³ Kondisi ini menjadikan mereka sebagai segmen strategis bagi pengembangan perbankan syariah di era transformasi digital.⁴

Salah satu faktor yang diduga memengaruhi minat generasi milenial dalam menggunakan bank syariah adalah literasi keuangan syariah.⁵ Literasi keuangan syariah tidak hanya mencakup pemahaman tentang produk perbankan, tetapi juga prinsip-prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maisir.⁶

Tingkat literasi keuangan syariah yang rendah dapat menyebabkan kurangnya kepercayaan dan minimnya minat dalam menggunakan produk bank syariah.⁷ Sebaliknya, semakin tinggi literasi seseorang terhadap sistem keuangan syariah, maka semakin besar kecenderungan untuk memilih layanan keuangan berbasis syariah.⁸ Selain literasi keuangan, religiusitas juga menjadi faktor penting dalam memengaruhi perilaku keuangan individu.⁹ Religiusitas mencerminkan tingkat keyakinan, praktik ibadah, dan komitmen seseorang

¹ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah 2023* (Jakarta: OJK, 2023), hal. 12.

² Bank Indonesia, *Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2023* (Jakarta: BI, 2023), hal. 45

³ Badan Pusat Statistik, *Profil Generasi Milenial Indonesia 2022* (Jakarta: BPS, 2022), hal. 18

⁴ McKinsey & Company, *Digital Banking in Southeast Asia 2022* (Singapore: McKinsey, 2022), hal. 27

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022* (Jakarta: OJK, 2022), hal. 67

⁶ Bank Indonesia, *Blueprint Pengembangan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021–2025* (Jakarta: BI, 2021), hal. 34

⁷ Ahmad Fauzi, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah,” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* 12, no. 2 (2022): 145.

⁸ Nur Aini dan Rahmat Hidayat, “Islamic Financial Literacy and Consumer Intention,” *International Journal of Islamic Finance* 5, no. 1 (2023): 55.

⁹ Djamaluddin Ancok dan Fuat Nashori, *Psikologi Islami* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021), hal. 102.

terhadap ajaran agama yang dianutnya.¹⁰ Dalam konteks perbankan syariah, religiusitas sering dikaitkan dengan preferensi terhadap sistem keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.¹¹ Individu dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memilih lembaga keuangan yang dianggap sejalan dengan nilai-nilai keagamaan.¹²

Di sisi lain, perkembangan digital banking telah mengubah pola interaksi nasabah dengan lembaga keuangan.¹³ Layanan mobile banking, internet banking, dan aplikasi keuangan digital memberikan kemudahan akses transaksi secara cepat dan efisien.¹⁴

Bagi generasi milenial yang akrab dengan teknologi, kualitas layanan digital banking menjadi salah satu pertimbangan utama dalam memilih bank.¹⁵ Kemudahan penggunaan aplikasi, keamanan transaksi, dan kecepatan layanan menjadi faktor yang sangat diperhatikan.¹⁶

Transformasi digital dalam perbankan syariah menjadi tantangan sekaligus peluang.¹⁷ Bank syariah dituntut untuk mampu menghadirkan layanan digital yang kompetitif tanpa meninggalkan prinsip-prinsip syariah yang menjadi fondasi operasionalnya.¹⁸

Minat menggunakan bank syariah merupakan bentuk kecenderungan perilaku yang dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis dan sosial.¹⁹ Dalam teori perilaku konsumen, minat merupakan indikator awal sebelum seseorang mengambil keputusan aktual.²⁰

Hubungan antara literasi keuangan syariah dan minat menggunakan bank syariah telah banyak diteliti,²¹ namun hasil penelitian menunjukkan variasi temuan tergantung pada karakteristik responden dan variabel moderasi yang digunakan.²² Demikian pula, pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan bank syariah masih menunjukkan hasil yang

¹⁰ Muhammad Iqbal, "Religiosity and Financial Decision," *Journal of Islamic Behavioral Studies* 4, no. 1 (2022): 23.

¹¹ Siti Rahmawati, "Religiusitas dan Preferensi Bank Syariah," *Jurnal Perbankan Syariah* 6, no. 2 (2023): 88.

¹² Ali Imran, "Religiosity as Determinant of Islamic Banking Preference," *Journal of Sharia Finance* 7, no. 1 (2024): 41.

¹³ Otoritas Jasa Keuangan, *Roadmap Digital Banking 2021–2025* (Jakarta: OJK, 2021), hal. 15.

¹⁴ Deloitte, *Digital Banking Transformation 2022* (London: Deloitte Insights, 2022), p. 31.

¹⁵ Andi Prasetyo, "Digital Banking Adoption among Millennials," *Journal of Financial Technology* 3, no. 2 (2023): 74.

¹⁶ Lina Marlina, "Mobile Banking and User Satisfaction," *Jurnal Manajemen Keuangan* 9, no. 1 (2022): 56.

¹⁷ Bank Indonesia, *Transformasi Digital Perbankan Syariah* (Jakarta: BI, 2022), hal. 29.

¹⁸ Otoritas Jasa Keuangan, *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2023* (Jakarta: OJK, 2023), hal. 54.

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Keller, *Marketing Management*, 16th ed. (New York: Pearson, 2022), p. 198.

²⁰ Ajzen, Icek, "Theory of Planned Behavior Revisited," *Journal of Behavioral Science* 2021, p. 14.

²¹ Rina Astuti, "Islamic Financial Literacy and Intention," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2023: 112.

²² Yusuf Hidayat, "Financial Literacy and Islamic Banking Interest," *Journal of Islamic Economics* 2024: 67.

beragam²³ Pada beberapa penelitian, religiusitas memiliki pengaruh signifikan, sementara pada penelitian lain pengaruhnya tidak dominan dibanding faktor rasional dan teknologi.²⁴

Digital banking dalam konteks perbankan syariah menjadi variabel yang semakin relevan untuk dikaji, khususnya pada generasi milenial yang memiliki preferensi tinggi terhadap layanan berbasis aplikasi.²⁵ Integrasi antara nilai religius dan kemudahan teknologi menjadi kunci dalam meningkatkan minat nasabah muda.²⁶

Untuk menganalisis hubungan antar variabel secara komprehensif,²⁷ pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dipilih karena mampu menguji model struktural dan pengukuran secara simultan serta cocok digunakan pada penelitian dengan model kompleks.²⁸

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan digital banking terhadap minat menggunakan bank syariah pada generasi milenial.

B. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan digital banking terhadap minat menggunakan bank syariah. Pendekatan kuantitatif digunakan karena mampu menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis secara statistik.²⁹ Selain itu, penelitian kuantitatif memungkinkan pengukuran variabel secara objektif melalui instrumen terstruktur berupa kuesioner.³⁰

Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)*. SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten secara simultan dan sesuai untuk model prediktif dengan indikator reflektif.³¹ Metode ini

²³ Fitriani, “Religiosity and Islamic Banking Decision,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 2022: 90.

²⁴ Haris Munandar, “Determinant of Islamic Bank Preference,” *Journal of Sharia Economics* 2023: 75

²⁵ Rizal Ahmad, “Digital Banking and Islamic Bank Interest,” *Jurnal Keuangan Syariah* 2024: 120.

²⁶ Nadia Putri, “Technology Acceptance in Islamic Banking,” *International Journal of Islamic Business* 2023: 58

²⁷ Hair, J. F., et al., *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. (Thousand Oaks: Sage, 2022), p. 3

²⁸ Henseler, Jörg, “PLS-SEM in Management Research,” *Journal of Business Research* 2021: 8

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021), hal. 17

³⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2021), hal. 5

³¹ Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M., *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 3rd ed. (Thousand Oaks: Sage, 2022), p. 3

juga tidak mensyaratkan distribusi data normal secara ketat dan cocok untuk penelitian sosial dengan jumlah sampel menengah.³²

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial berusia 25–40 tahun yang telah menjadi nasabah layanan perbankan di Bank Syariah Indonesia. Generasi milenial dipilih karena merupakan kelompok yang aktif menggunakan teknologi digital dan memiliki potensi besar dalam perkembangan industri perbankan syariah.³³ Selain itu, milenial memiliki karakteristik adaptif terhadap layanan digital banking yang berkembang pesat.³⁴

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.³⁵ Dalam SEM-PLS, ukuran sampel minimal mengikuti aturan 10 kali jumlah indikator terbanyak dalam satu konstruk.³⁶ Namun, untuk meningkatkan stabilitas estimasi model, jumlah sampel yang disarankan adalah 100–200 responden.³⁷

3. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–5. Skala Likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan minat responden secara kuantitatif.³⁸ Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari jurnal, laporan OJK, serta literatur terkait perbankan syariah dan literasi keuangan.³⁹ Penggunaan data sekunder bertujuan memperkuat landasan teoritis dan mendukung interpretasi hasil penelitian.⁴⁰

4. Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan menggunakan *SmartPLS* dengan tahapan evaluasi outer model dan inner model.⁴¹ Uji validitas konvergen dilihat dari nilai loading factor $\geq 0,70$ dan $AVE \geq 0,50$.⁴² Reliabilitas konstruk diukur melalui *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$.⁴³ Pengujian hipotesis dilakukan melalui bootstrapping dengan kriteria t-statistic $> 1,96$ dan p-

³² Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F., "Partial Least Squares Structural Equation Modeling," *Journal of Marketing Theory and Practice*, 2022, p. 5.

³³ Otoritas Jasa Keuangan, *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022* (Jakarta: OJK, 2022), hal. 12.

³⁴ Bank Indonesia, *Laporan Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia 2023* (Jakarta: BI, 2023), hal. 28.

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hal. 85.

³⁶ Hair et al., *A Primer on PLS-SEM*, p. 45.

³⁷ Sarstedt et al., "PLS-SEM," p. 9.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, hal. 93.

³⁹ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah 2023* (Jakarta: OJK, 2023), hal. 4.

⁴⁰ Creswell, J. W., & Creswell, J. D., *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 6th ed. (Thousand Oaks: Sage, 2023), p. 152.

⁴¹ Hair et al., *PLS-SEM*, p. 97.

⁴² Ibid., p. 103.

⁴³ Sarstedt et al., 2022, p. 12.

value < 0,05.⁴⁴ Nilai *R-Square* digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.⁴⁵

C. Pembahasan (berisi hasil penelitian, analisis dan sub-sub bahasan)(Research)

a. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi dan Objek Penelitian

Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang adalah salah satu kantor cabang pembantu dari PT Bank Syariah Indonesia (BSI), lembaga keuangan hasil merger antara Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Cabang ini berlokasi di Jl. Jend. S. Parman No.16, Tompokersan, Kecamatan Lumajang, Kabupaten Lumajang, Jawa Timur.

Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang menawarkan berbagai produk seperti tabungan wadiah dan mudharabah, pembiayaan konsumtif dan produktif, serta layanan giro dan deposito syariah. Nasabah juga dapat mengakses layanan BSI Mobile untuk transaksi digital, pembayaran tagihan, hingga pengajuan pembiayaan secara daring.

Sebagai satu-satunya bank syariah besar di wilayah Lumajang, cabang ini berperan penting dalam memperkuat literasi keuangan syariah dan mendukung pembiayaan sektor UMKM lokal. Keberadaannya juga membantu memperluas akses layanan perbankan syariah di Jawa Timur bagian selatan.

2. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Deskripsi Responden

Penelitian ini melibatkan 150 responden generasi milenial (usia 25–40 tahun). Berdasarkan jenis kelamin, 54% responden perempuan dan 46% laki-laki. Sebagian besar responden (68%) telah menggunakan mobile banking.

Tabel 1: Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	81	54%
Laki-laki	69	46%
Total	150	100%

Tabel 2: Penggunaan Mobile Banking

Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Menggunakan Mobile Banking	102	68%
Tidak Menggunakan	48	32%
Total	150	100%

⁴⁴ Hair et al., 2022, p. 143.

⁴⁵ Ghazali, *Structural Equation Modeling dengan PLS* (Semarang: UNDIP Press, 2021), hal. 67.

b. Hasil Analisis SEM-PLS

Analisis dilakukan menggunakan *SmartPLS* 4 dengan duatahap evaluasi:

1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)
2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

1. Evaluasi Outer Model**A. Convergent Validity**

Kriteria:

- Loading Factor $\geq 0,70$
- AVE $\geq 0,50$

Tabel 3: Outer Loading

Variabel	Indikator	Loading
Literasi Keuangan	LK1	0,812
	LK2	0,845
	LK3	0,878
	LK4	0,801
	LK5	0,832
	LK6	0,859
Religiusitas	R1	0,821
	R2	0,874
	R3	0,842
	R4	0,815
	R5	0,887
Digital Banking	DB1	0,835

	DB2	0,861
	DB3	0,879
	DB4	0,822
	DB5	0,847
	DB6	0,868
Minat	M1	0,854
	M2	0,872
	M3	0,831
	M4	0,866
	M5	0,889

Kesimpulan:

Seluruh indikator memiliki loading > 0,70 sehingga memenuhi convergent validity.

B. Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 4: Nilai AVE

Variabel	AVE
Literasi Keuangan	0,703
Religiusitas	0,724
Digital Banking	0,736
Minat	0,754

Semua variabel memiliki AVE > 0,50 → valid.

C. Composite Reliability & Cronbach's Alpha

Tabel 5: Reliabilitas Konstruk

Variabel	Composite Reliability	Cronbach Alpha
Literasi Keuangan	0,934	0,916
Religiusitas	0,929	0,905

Digital Banking	0,943	0,928
Minat	0,938	0,918

Semua nilai $> 0,70 \rightarrow$ konstrukreliabel.

D. Discriminant Validity (HTMT)

Semua nilai HTMT $< 0,90 \rightarrow$ memenuhi discriminant validity.

c. Evaluasi Inner Model

A. R-Square

Tabel 5: Nilai R²

Variabel Dependen	R ²
Minat Menggunakan Bank Syariah	0,682

Artinya, 68,2% variasiminat menggunakan bank syariah dapat dijelaskan oleh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan digital banking.

Kategori: **Moderate to Strong**

B. Path Coefficient (Bootstrapping)

Kriteria:

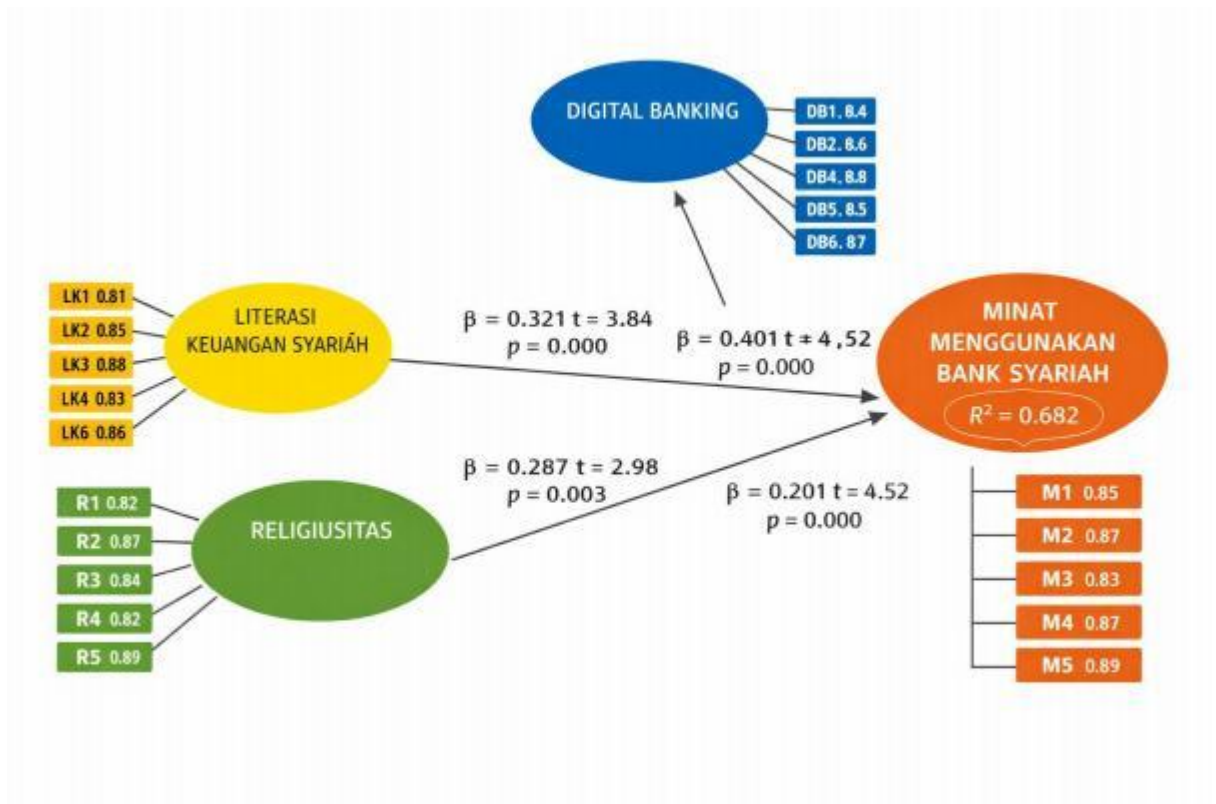
t-statistic $> 1,96$

p-value $< 0,05$

Tabel 6: Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Koefisien	t-stat	p-value	Hasil
X1 $\rightarrow$ Y	0,321	3,842	0,000	Diterima
X2 $\rightarrow$ Y	0,287	2,975	0,003	Diterima
X3 $\rightarrow$ Y	0,401	4,516	0,000	Diterima

Gambar 1: Diagram Path



b. Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat

Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah ($\beta = 0,321$; $p < 0,05$). Artinya, semakin tinggi pemahaman generasi milenial terhadap prinsip dan produk perbankan syariah, maka semakin tinggi pula minat mereka menggunakan bank syariah. Literasi meningkatkan kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan finansial.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat

Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat ($\beta = 0,287$; $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa nilai agama menjadi pertimbangan penting dalam memilih lembaga keuangan. Responden dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung menghindari riba dan memilih sistem berbasis syariah.

3. Pengaruh Digital Banking terhadap Minat

Digital banking memiliki pengaruh paling dominan ($\beta = 0,401$; $p < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa kemudahan, keamanan, dan kecepatan layanan digital menjadi faktor utama bagi generasi milenial dalam menentukan pilihan bank. Transformasi digital bank syariah menjadi kunci dalam meningkatkan daya saing.

D. Penutup**a. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan metode Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS), dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kelayakannya yang baik. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R^2 -Square sebesar 0,682, yang berarti bahwa variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, dan digital banking mampu menjelaskan 68,2% variasi minat menggunakan bank syariah pada generasi milenial.

Pertama, literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah. Semakin tinggi tingkat pemahaman responden terhadap prinsip, produk, dan sistem perbankan syariah, maka semakin besar kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi dan sosialisasi keuangan syariah memiliki peran penting dalam meningkatkan preferensi masyarakat terhadap perbankan syariah.

Kedua, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah. Responden dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung menjadikan nilai-nilai agama sebagai dasar dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk dalam memilih lembaga perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Ketiga, digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah, serta menjadi variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. Kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan keamanan layanan digital menjadi faktor utama yang memengaruhi generasi milenial dalam menentukan pilihan bank. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital merupakan faktor strategis dalam meningkatkan daya saing bank syariah.

Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan syariah, penguatan nilai religiusitas, serta optimalisasi layanan digital banking dapat mendorong peningkatan minat generasi milenial terhadap bank syariah.

b. Saran**1. Bagi Bank Syariah**

Bank syariah perlu meningkatkan program literasi keuangan syariah melalui edukasi digital, seminar, dan kampanye media sosial yang menjangkau generasi milenial. Selain itu, pengembangan fitur digital banking yang inovatif, user-friendly, dan aman perlu menjadi prioritas utama.

2. Bagi Regulator (OJK dan Bank Indonesia)

Regulator diharapkan terus mendorong peningkatan inklusi dan literasi keuangan syariah melalui kebijakan strategis dan program nasional yang terintegrasi, khususnya dalam mendukung transformasi digital perbankan syariah.

3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (trust), brand image, promosi, atau kualitas layanan sebagai variabel mediasi atau moderasi. Selain itu, penelitian dapat diperluas pada kelompok generasi Z atau menggunakan metode analisis lain seperti CB-SEM untuk perbandingan hasil.

D. Daftar Pustaka.

- Ajzen, I. (2021). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3(2)
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2021). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas problem-problem psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bank Indonesia. (2022). *Transformasi digital perbankan Indonesia*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan ekonomi dan keuangan syariah 2023*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ghozali, I. (2021). *Structural equation modeling dengan metode partial least squares (PLS)* (Edisi 5). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Henseler, J. (2021). Measurement invariance in composite-based SEM. *Journal of Business Research*, 124
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) 2022*. Jakarta: OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Statistik perbankan syariah 2023*. Jakarta: OJK.
- Putri, N., & Ahmad, R. (2023). Digital banking adoption and behavioral intention in Islamic banking. *Journal of Islamic Marketing*, 14(5)
- Rahman, A., & Hidayat, Y. (2023). Islamic financial literacy and consumer intention: Evidence from Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 16(3)
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). Partial least squares structural equation modeling. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 30(3)
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2021). *Consumer behavior* (13th ed.). Pearson Education.
- Yusuf, M., & Fitriani, S. (2024). Religiosity and intention to use Islamic banking services among millennials. *Journal of Islamic Economics Studies*, 12(1)