

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia saat ini menghadapi revolusi industri 4.0. Akibat dari revolusi industri 4.0 perkembangan teknologi semakin pesat dari waktu ke waktu sehingga membuat segala aspek turut berubah salah satunya ekonomi. Beberapa sektor telah melakukan pemanfaatan agar dapat bertransformasi sehingga bertahan mengikuti perubahan dan tidak tertinggal dengan perkembangan teknologi. Salah satu sektor yang melakukan pemanfaatan tersebut adalah sektor perbankan. Pemanfaatan perkembangan teknologi tidak hanya pada bank konvensional saja tetapi bank syariah harus turut mengikuti perkembangan sehingga perbankan syariah dapat bersaing dengan fenomena persaingan yang semakin ketat¹.

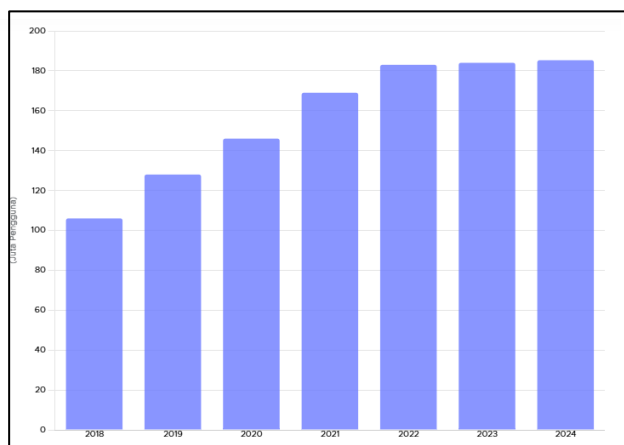
Perbankan syariah merupakan salah satu industri jasa keuangan yang mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam UU No 21 Tahun 2008 Pasal 3 disebutkan bahwa Perbankan Syariah bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat ². Dengan hadirnya perbankan syariah yang mengusung suatu sistem yang baru yaitu sistem bebas bunga, menjadi suatu perhatian yang menarik bagi seluruh kalangan ditengah sistem

¹ Annisa Putri Andini dan Rachma Indrarini, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo,” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 7 (2024): 158–171.

² Yayat Rahmat Hidayat and Maman Surahman, “Analisis Pencapaian Tujuan Bank Syariah Sesuai Uu No 21 Tahun 2008,” *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 1 (2017): 34–50.

konvensional yang sudah dimengerti dan dipahami oleh masyarakat luas, maka dengan hadirnya perbankan syariah di tengah-tengah masyarakat relatif baru, perbankan syariah dihadapi beberapa tantangan³. Perbankan syariah juga menawarkan sejumlah produk dan jasa layanan transaksi keuangan kepada masyarakat. Salah satu jasa layanan untuk memudahkan transaksi nasabah yang ditawarkan oleh perbankan syariah adalah *mobile banking (m-banking)*. Dengan adanya fasilitas layanan *mobile banking* yang diberikan pihak bank syariah kepada nasabahnya sangat penting agar nasabah dapat bertransaksi kapan saja dan dimana saja tanpa harus mengunjungi bank⁴.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia



Sumber : <https://data.goodstats.id/statistic/>

Pengguna internet Indonesia mengalami kenaikan tiap tahunnya dari 2018 hingga 2024. Tercatat kenaikan tertinggi mencapai 24,6% terjadi pada 2018 silam. Data mengenai jumlah pengguna internet Indonesia mengalami kenaikan

³ Adam Rio Ferdinand and Farid Ardyansyah, “Pengaruh Literasi Keuangan, Karakteristik Individu Dan Prinsip Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura,” *Indonesian Journal of Business Economics and Management* 2, no. 2 (2023): 23–34.

⁴ Sabik Khumaini, Fahrudin Fahrudin, and Samsuri Samsuri, “Pengaruh Fasilitas Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang,” *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 3, no. 2 (2022): 143.

yang konsisten mulai dari tahun ke tahun sejak 2018 hingga sekarang. Per Januari 2024, pengguna internet Indonesia mencapai 185,3 juta. Jumlah tersebut naik 0,8% dibandingkan tahun sebelumnya. Fenomena kenaikan jumlah ini juga terjadi di tahun-tahun sebelum 2024. Dimulai dari 2018, pengguna internet Indonesia mengalami kenaikan sebanyak 24,6%. Di tahun tersebut, total pengguna internet Indonesia pun mencapai 106 juta. Selanjutnya, kenaikan juga terjadi di 2019. Pada tahun itu, tercatat pengguna internet Indonesia ada 128 juta. Jumlah tersebut naik 20,7% dari tahun sebelumnya. Pada Januari 2020, terdapat 146 juta pengguna internet Indonesia. Tentunya kenaikan juga terjadi di tahun tersebut dengan total kenaikan 13,7%. Sebanyak 169 juta pengguna internet Indonesia tercatat pada 2021. Dibandingkan tahun sebelumnya, maka terdapat kenaikan sebesar 16,5%. Kemudian, kenaikan juga masih terjadi antara tahun 2021 dan 2022. Data menunjukkan ada 183 juta pengguna internet tercatat di Indonesia pada 2022, sehingga terdapat kenaikan 7,7% dibandingkan tahun 2021. Antara tahun 2022 dan 2023, jumlah pengguna internet Indonesia naik 0,6%. Karenanya, jumlah pengguna internet pun mencapai 184 juta pada 2023. Meski rendah, pengguna internet di Indonesia terus menunjukkan tren positif⁵.

Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu internet menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi. Teknologi

⁵Frisca Rizti, "Pengguna Internet Di Indonesia," last modified 2024, <https://data.goodstats.id/statistic/1853-juta-pengguna-internet-tercatat-di-indonesia-pada-2024-JFNoa>.

informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet⁶. Perkembangan teknologi informasi sangatlah pesat bila dibandingkan dengan bidang-bidang lain. Perkembangan teknologi informasi tersebut juga menimbulkan perubahan paradigma dalam banyak bidang termasuk di dalamnya bidang ekonomi dan bisnis⁷. Semua aspek kehidupan manusia akan beralih ke era digital di era kemajuan teknologi saat ini. Banyak aktivitas manusia yang sebelumnya dilakukan secara manual kini perlahan mulai beralih ke era digital berkat adanya digitalisasi dan kemajuan teknologi⁸. Digitalisasi layanan perbankan, seperti *mobile banking*, telah menjadi salah satu inovasi utama untuk meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi transaksi keuangan.

Berkembangnya alat transaksi pembayaran adalah salah satu kemajuan pada teknologi informasi. Setelah lama menggunakan alat transaksi pembayaran tunai (*cash based*), masyarakat sekarang mulai menggunakan transaksi pembayaran non tunai dalam berbagai transaksi. *Mobile banking* adalah salah satu alat pembayaran elektronik non-tunai yang dikembangkan di Indonesia. *Mobile banking* telah diperkenalkan sebagai saluran untuk melakukan

⁶ Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (Tam) (Studi Kasus Pt Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta),” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 5, no. 2 (2016): 137.

⁷ Amin Wahyudi, “Penggunaan Teknologi Informasi Di Dunia Bisnis Dan Perbankan,” *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi* 7, no. 1 (2009): 12–18.

⁸ Nasrulloh Mia Amelia, “Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Pembayaran Digital ZIS Dengan Kemudahan Akses Teknologi Sebagai Variabel Moderating,” *a Research Journal on Islamic Finance* 10, no. 02 (2024): 405–422.

pembayaran *mobile* yang merupakan solusi untuk memfasilitasi dan membuat *micropayments* lebih mudah untuk nasabah dan pemegang rekening bank ⁹.

Mobile banking merupakan sebuah layanan yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi perbankan (non-tunai) melalui Mobile Phone (Handphone) berbasis *General Packet Radio Service (GPRS)*. Dengan adanya layanan ini bisa memberikan nilai tambah kepada nasabah, layanan *mobile banking* yang diberikan bank ini dapat mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan, adanya layanan ini memberikan akses kepada nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun ¹⁰.

Generasi milenial adalah kelompok generasi yang lahir sekitar awal 1980-an hingga pertengahan 1990-an hingga awal 2000-an. Generasi ini sering disebut juga sebagai Generasi Y karena berada di antara Generasi X (kelahiran sekitar 1960-an hingga awal 1980-an) dan Generasi Z (kelahiran pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an). Generasi milenial merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan mereka. Hampir seluruh individu memanfaatkan *smartphone* untuk berinteraksi online, jual-beli dan lain sebagainya¹¹. Usia adalah komponen yang dapat memengaruhi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Menurut kategorisasi usia yang umum digunakan di bidang ekonomi, generasi milenial berbeda dari orang tua dalam

⁹ Annisa Fitri Iriani, "Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo," *DINAMIS- Journal of Islamic Management and Bussines* 2, no. 2 (2018): 4.

¹⁰ Syamsul Hadi and Novi Novi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Optimum: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* 5, no. 1 (2015): 55.

¹¹ Novita Safitri and Wahyu Anggraini, "Trust on Sharia M-Banking: Evidance on Milenials Generations," *Journal of Islamic Economic Scholar* 2, no. 1 (2021): 10.

beberapa hal. Mereka lebih akrab dengan komunikasi, media, dan teknologi digital daripada generasi sebelumnya.

Generasi milenial memiliki karakteristik yang unik. Beberapa diantaranya adalah bahwa kalangan milenial cenderung lebih konsumtif, cenderung lebih menyukai transaksi secara non-tunai, melek teknologi, bekerja dengan efektif, memanfaatkan media sosial Selain itu, kaum milenial juga lebih percaya diri, eksperisf, bebas, menyukai tantangan, dan *open-minded*. Peneliti terdahulu juga menemukan sejumlah prediktor yang dapat menjelaskan minat generasi milenial dalam mengadopsi penggunaan *mobile banking*, diantaranya adalah ekspektasi penggunaan, ekspektasi performa, persepsi risiko, dan pengaruh sosial. Generasi milenial menggunakan *mobile banking* karena mudah digunakan dan penggunaannya dapat menyelesaikan masalah keuangan yang mereka hadapi¹².

Tabel 1.1 Jumlah Generasi Milenial Muslim Madura

Kabupaten/Kota	Jumlah Generasi Milenial Usia 24-39 Tahun
Bangkalan	248.970
Sampang	30.933
Pamekasa	19.495
Sumenep	234.528
Total	533.926

Sumber : <https://jatim.bps.go.id/id/statistics>

Generasi milenial Muslim Madura, sebagai salah satu kelompok demografis yang cukup besar memiliki karakteristik yang khas. Masyarakat di luar Madura

¹² Ira Eka Pratiwi, Fachrudin Fiqri Affandy, and Yuyun Rosalina, “Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 478.

sering kali memandang orang asli Madura sebelah mata dengan cara mengecap negatif bahwa orang madura itu identik dengan orang yang keras, garang, dan berperilaku kasar. Sebagian besar masyarakat memandang negatif orang Madura dikarenakan istilah carok yang cukup identik dengan orang Madura. Namun, jika masyarakat luar melihat secara langsung keadaan masyarakat Madura dideaerahnya, tidak semua masyarakat daerah tersebut berperilaku seperti apa yang dipikirkan oleh orang luar¹³. Mereka dibesarkan dalam lingkungan budaya Madura yang kuat dengan nilai – nilai keagamaan yang mendalam. Religiusitas juga menjadi salah satu ciri khas orang Madura. Religiusitas masyarakat etnik Madura telah dikenal luas sebagai bagian dari keberagamaan kaum muslimin Indonesia yang berpegang teguh pada tradisi atau ajaran Islam dalam menepak realitas kehidupan sosial budayanya¹⁴. Berdasarkan data jumlah tempat peribadatan di Madura dapat dikatakan bahwa mayoritas penduduk madura beragama Islam. Hal ini dapat menjadi faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku generasi milenial dalam keagamaan. Religiusitas menjadi salah satu aspek yang sangat mempengaruhi pola pikir dan perilaku mereka dalam mengambil keputusan, termasuk dalam memilih produk keuangan. Pemahaman tentang literasi keuangan syariah yang baik akan mempengaruhi sejauh mana mereka merasa nyaman dan yakin untuk

¹³ Muhammad Arif Wahyudi and Busro Karim, “Konsep Halal Ulama Madura: Perspektif Ulama Madura Terhadap Konsep Halal Dalam Kandungan Syair Madura,” *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan* 1, no. 12 (2022): 3007–3016.

¹⁴ Diana Rahmasari, Miftakhul Jannah, and Ni Wayan Sukmawati Puspitadewi, “Harga Diri Dan Religiusitas Dengan Resiliensi Pada Remaja Madura Berdasarkan Konteks Sosial Budaya Madura,” *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan* 4, no. 2 (2014): 130.

menggunakan produk keuangan berbasis syariah, seperti *mobile banking* syariah.

Tabel 1.2 Jumlah Tempat Peribadatan di Madura

Kabupaten/Kota	Masjid	Mushola
Bangkalan	1158	555
Sampang	1318	1280
Pamekasan	1391	2467
Sumenep	1950	3216

Sumber : <https://jatim.bps.go.id/id/statistics>

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2023 tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia mencapai 65,43% artinya dari 100 orang umur 15-79 tahun, hanya 65 orang yang terliterasi keuangan dengan baik (*Well Literate*). Sedangkan untuk hasil survei pada literasi keuangan syariah mencapai 39,11%¹⁵.

Selain itu, dua komponen penting lainnya yang dapat memengaruhi minat generasi milenial Muslim Madura dalam menggunakan perbankan mobile adalah persepsi kemudahan dan keamanan. Seiring dengan peningkatan adopsi teknologi digital, kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* menjadi pertimbangan utama bagi pengguna. Generasi milenial yang terbiasa dengan teknologi cenderung mengharapkan pengalaman penggunaan yang cepat dan mudah. Sementara itu, mengingat banyaknya ancaman yang terkait dengan

¹⁵ “Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024,” last modified 2024, [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024.aspx).

pencurian data dan penipuan dalam transaksi keuangan digital, elemen keamanan juga menjadi perhatian utama.

Dari keempat variabel bebas diatas penulis menambahkan variabel *intervening* didalam penelitian ini, variabel *intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini merupakan variabel penyela antara variabel independen dengan variabel dependen, sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino, dengan judul penelitian yaitu, Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile banking* Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasray. Permasalahan dalam penelitian ini yaitu untuk memahami indikator yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel manfaat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah selanjutnya untuk kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah¹⁶. Penelitian lain yang dilakukan oleh Risma Afifah tentang pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan *mobile banking* menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dan variabel kemudahan berpengaruh secara positif terhadap

¹⁶ Jhon Fernos and Mairizal Alfadino, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya," *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta* 16, no. 2 (2021): 115–125.

penggunaan *mobile banking*¹⁷. Penelitian mengenai kepercayaan dan kemudahan pada penggunaan *mobile banking* sebelumnya telah dilakukan oleh Rukma Ningrum. Penelitian tentang pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* menunjukkan bahwa pada variabel kepercayaan dan variabel kemudahan memiliki pengaruh negatif pada minat menggunakan *mobile banking*¹⁸.

Pemilihan variabel dalam penelitian ini berdasarkan permasalahan yang ada dan teori-teori yang mendukung. Literasi keuangan syariah dipilih karena dengan pemahaman yang memadai mengenai prinsip syariah, dapat mendorong individu untuk menggunakan layanan perbankan syariah¹⁹. Religiusitas penting karena Milenial Muslim yang religius cenderung memiliki preferensi terhadap syariah. Persepsi kemudahan penting karena apabila layanan *mobile banking* syariah dianggap mudah digunakan dan memiliki antarmuka yang ramah pengguna, maka hal ini akan meningkatkan kenyamanan dan ketertarikan pengguna. Persepsi keamanan dipilih karena jika sistem *mobile banking* syariah aman akan menumbuhkan rasa percaya pengguna terhadap layanan tersebut.

Dalam penelitian ini tidak menggunakan faktor pengalaman kerja dan tingkat pendidikan yang dijadikan variabel utama karena keduanya tidak memiliki keterkaitan langsung dengan psikologis dan perseptual yang menjadi

¹⁷ Risma Afifah, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri," *Skripsi*, 2017.

¹⁸ Rukma Ningrum, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank MEGA Syariah Cabang Palu," 2016.

¹⁹ Rio Ferdinand and Ardyansyah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Karakteristik Individu Dan Prinsip Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Trunojoyo Madura."

fokus dalam model perilaku adopsi teknologi. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menekankan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi keamanan, kepercayaan dan faktor kognitif lainnya lebih berpengaruh terhadap niat penggunaan teknologi²⁰.

Berdasarkan hasil uraian penelitian terdahulu yang tertera diatas bisa dinyatakan bahwa penelitian yang dilakukan sebelumnya akan mempunyai hasil dan sudut pandang yang berbeda meskipun pada pembahasan tertentu terdapat persamaan. Dengan adanya persoalan diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Persepsi Kemudahan & Keamanan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile banking* Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Generasi Milenial Muslim Madura”**

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat diidentifikasi beberapa masalah diantaranya:

1. Banyak generasi milenial, khususnya di kalangan muslim Madura, yang mungkin memiliki pengetahuan yang terbatas tentang keuangan syariah sehingga mereka kurang memanfaatkan produk atau layanan *mobile banking* syariah secara optimal.

²⁰ F. D. Davis, “Technology Acceptance Model: TAM. Al-Suqri, MN, Al-Aufi, AS: Information Seeking Behavior and Technology Adoption, 205(219), 5.,” *Inter-Organizational Information Systems and Business Management: Theories for Researchers*, 2011.

2. Tingkat religiusitas yang tinggi pada generasi milenial Muslim Madura bisa mendorong mereka untuk memilih layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah
3. Persepsi terhadap kemudahan atau kesulitan dalam menggunakan *mobile banking* syariah juga menjadi hambatan. Generasi milenial yang cenderung lebih akrab dengan teknologi menginginkan aplikasi yang lebih mudah dan user-friendly.
4. Keamanan dan perlindungan data pribadi juga menjadi masalah utama dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Generasi milenial yang sangat bergantung pada teknologi juga mengkhawatirkan potensi risiko keamanan, baik itu terkait dengan peretasan atau kebocoran data, yang dapat menurunkan minat mereka terhadap *mobile banking* syariah.
5. Tingkat kepercayaan yang rendah, pengalaman negatif, kurangnya transparansi dan rendahnya kualitas layanan dapat menghambat kepercayaan generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking* syariah.
6. Rendahnya infrastruktur teknologi dan tingkat adopsi layanan digital mempengaruhi kecenderungan penggunaan aplikasi dan menjadi hambatan dalam penerimaan *mobile banking* syariah di kalangan generasi milenial di Madura.
7. Faktor sosial dan budaya juga mempengaruhi Persepsi dan minat generasi milenial terhadap penggunaan *mobile banking* syariah.

8. Pemanfaatan perkembangan teknologi tidak hanya pada bank konvensional saja tetapi bank syariah juga harus mengikuti perkembangan sehingga dapat bersaing dengan fenomena persaingan yang semakin ketat.

C. PEMBATASAN MASALAH

Pembatasan masalah pada penelitian ini digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan atau pelebaran pokok masalah agar penelitian ini lebih memfokuskan dan memudahkan dalam pembahasan yang akan diteliti secara mendalam. Sehingga tujuan penelitiannya akan tercapai, yang menjadi pembatasan masalah ini adalah :

Apakah literasi keuangan syariah, religiusitas, Persepsi kemudahan, dan keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah dengan kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada generasi milenial Muslim yang berusia antara 18-39 tahun, penelitian ini juga dibatasi pada generasi milenial Muslim yang tinggal dan berdomisili di daerah Madura.

D. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan dari latar belakang masalah diatas, maka isi pokok permasalahan yang diangkat dari penelitian ini ialah:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial muslim Madura?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial muslim Madura?

3. Apakah Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial muslim Madura?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial muslim Madura?
5. Bagaimana peran kepercayaan sebagai variabel intervening dalam mempengaruhi hubungan antara literasi keuangan syariah, religiusitas, persepsi kemudahan dan keamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial muslim Madura?

E. TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui literasi keuangan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial Muslim Madura.
- b. Untuk mengetahui religiusitas berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial Muslim Madura.
- c. Untuk mengetahui Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial Muslim Madura.
- d. Untuk mengetahui keamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial Muslim Madura.
- e. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara literasi keuangan, Persepsi kemudahan,

religiusitas dan keamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial Muslim Madura?

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori – teori yang berkaitan dengan keuangan syariah, perilaku konsumen, dan adopsi teknologi, khususnya dalam konteks *mobile banking* syariah. Penelitian ini juga dapat menambah wawasan mengenai hubungan antara literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, religiusitas, dan keamanan dalam menentukan keuangan generasi milenial, terutama generasi milenial muslim Madura.

b. Kegunaan Praktis

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga keuangan syariah dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk *mobile banking* syariah yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan faktor – faktor yang mempengaruhi minat pengguna. Misalnya, lembaga keuangan dapat memperbaiki fitur aplikasi yang terkait dengan kemudahan penggunaan, keamanan transaksi, serta menyediakan edukasi lebih tentang literasi keuangan syariah.