

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perbankan. Digitalisasi layanan perbankan, seperti *mobile banking*, telah menjadi salah satu inovasi utama untuk meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi transaksi keuangan. Generasi milenial memiliki karakteristik yang unik. Beberapa di antaranya adalah bahwa kalangan milenial cenderung lebih konsumtif, cenderung lebih menyukai transaksi secara non-tunai dan melek teknologi. Namun, tingkat penerimaan mereka terhadap *mobile banking* syariah di Madura masih dihadapkan pada berbagai tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *mobile banking* syariah pada generasi milenial Muslim Madura.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan penyebaran kuesioner online menggunakan Google Form dan disebar secara online kepada 100 responden Generasi Milenial di Madura yang telah menggunakan *mobile banking* syariah. Dalam kuesioner ini peneliti menggunakan skala likert. Maka pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skor 1-4 untuk mewakili pendapat responden dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang diterapkan adalah *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah. Namun, persepsi keamanan terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan. Selain itu, literasi keuangan syariah dan persepsi keamanan juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepercayaan, sementara religiusitas dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan. Kepercayaan memediasi hubungan antara literasi keuangan syariah dan persepsi keamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking* syariah, namun tidak memediasi hubungan religiusitas dan persepsi kemudahan. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor keamanan dan kepercayaan memainkan peran penting dalam membentuk minat generasi milenial Muslim Madura terhadap *mobile banking* syariah.

Kata Kunci : *Mobile banking* Syariah, Generasi Milenial, Kepercayaan dan Literasi Keuangan Syariah

ABSTRACT

The development of information technology has brought about significant changes in various aspects of life, including the banking sector. The digitalization of banking services, such as mobile banking, has become a key innovation to enhance accessibility and efficiency in financial transactions. The millennial generation has unique characteristics, including being more consumptive, preferring non-cash transactions, and being tech-savvy. However, their adoption of Islamic mobile banking in Madura still faces several challenges. This study aims to explore the factors that influence the interest in using Islamic mobile banking among the millennial Muslim generation in Madura.

The method used in this study is a descriptive method with a quantitative approach. The types of data used are primary and secondary data, collected through an online questionnaire distributed via Google Forms to 100 millennial respondents in Madura who have used Islamic mobile banking. The questionnaire uses a Likert scale, with scores ranging from 1 to 4, to represent respondents' opinions. The data analysis technique applied is Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) to test the relationships between variables.

The results of the study show that the variables of Islamic financial literacy, religiosity, and perceived ease of use do not have a positive and significant effect on the interest in using Islamic mobile banking. However, perceived security has a positive and significant effect. Additionally, Islamic financial literacy and perceived security also have a positive and significant effect on trust, while religiosity and perceived ease of use do not have a significant effect. Trust mediates the relationship between Islamic financial literacy and perceived security on the interest in using Islamic mobile banking, but does not mediate the relationship between religiosity and perceived ease of use. These findings indicate that security and trust play an important role in shaping the interest of the millennial Muslim generation in Madura towards Islamic mobile banking.

Keywords: *Islamic Mobile banking, Millennial Generation, Trust, and Islamic Financial Literacy.*