

ABSTRAK

**Ma'unatun Nadhifah, 1950410073, maunatunnadhifah@gmail.com
Pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Islamic Branding*, Dan *Sharia Governance* Terhadap *Saving Intention* Di Perbankan Syariah Pada Generasi Milenial Di Kudus**

Tujuan dijalankannya penelitian ini ialah melakukan pengkajian mengenai pengaruh *sharia financial literacy*, *islamic branding*, dan *sharia governance* terhadap *saving intention* perbankan syariah dikalangan generasi milenial di Kudus. Penelitian ini berjenis deskriptif dan memanfaatkan metode kuantitatif. Populasi dasar untuk penelitian ini adalah generasi milenial di Kabupaten Kudus, sedangkan sampel diambil melalui *purposive sampling* dengan kriteria responden yaitu generasi milenial yang berdomisili di Kabupaten Kudus kelahiran tahun 1980-2000 an. Besar sampel didapatkan dengan memanfaatkan pendekatan *slovin* dan didapatkan 102 responden. Data yang sudah didapatkan dianalisa menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil yang ditemukan menjelaskan bahwasanya *sharia financial literacy* berpengaruh terhadap *saving intention* yang memiliki *p value* ($0,000 < 0,05$), *t* hitungnya ($4,539 > 1,984$) dan *islamic branding* berpengaruh terhadap *saving intention* yang memiliki *p value* ($0,000 < 0,05$), *t* hitungnya ($6,210 > 1,984$). *Sharia governance* tidak berpengaruh terhadap *saving intention* yang memiliki *p value* ($0,817 > 0,05$) nilai *t* hitungnya ($0,232 < 1,984$). Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau bahan referensi dan untuk mengupdate variabel-variabel terbaru.

Kata Kunci: *Sharia Financial Literacy*, *Islamic Branding*, *Sharia Governance*