

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah generasi milenial di Kabupaten Kudus. Generasi milenial ialah sekelompok individu yang lahir di awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an yang menjalani gaya hidup sangat bergantung pada teknologi seperti handphone dan internet. Oleh karena itu, generasi ini memiliki akses yang sangat mudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang dilakukan kapanpun dan dimanapun. Semacam memperoleh data ataupun informasi, membeli produk, melaksanakan bisnis online, serta berinteraksi. Dalam hal ini generasi milenial cenderung lebih menyukai hal-hal yang praktis dan siap pakai. Hal ini untuk memudahkan mereka untuk terus maju dan berkembang lebih jauh.

B. Karakteristik Responden

Generasi milenial yang berusia 22-42 tahun yang berdomisili di Kabupaten Kudus. Dari hasil kuesioner yang telah dikirimkan, peneliti mendapatkan responden yang berjumlah 102 orang yang diproses ke tahap selanjutnya.

1.) Jenis kelamin

Sebagian responden survei ini adalah berjenis kelamin perempuan. Data tersebut yakni sebesar 79,4% dari 102 responden berjenis kelamin perempuan dan 20,6% dari 102 responden berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	21	20.6	20.6	20.6
Perempuan	81	79.4	79.4	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

2.) Usia

Kategori usia yang digunakan dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang dibagi menjadi 4 bagian dengan interval tahun, yaitu 22-25 tahun, 26-30 tahun, 31-35 tahun, 36-42 tahun. Sehubungan dengan perihal itu, bisa diamati dari bagan 4. 2, kebanyakan berusia 22-25 tahun dengan persentase sebesar 97,1% (99 responden), dilanjutkan dengan responden berumur 26-30 tahun dengan persentase 2,9% (3 responden). Untuk responden usia 31-42 tidak mengisi.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
22-25 Tahun	99	97.1	97.1	97.1
26-30 Tahun	3	2.9	2.9	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

3.) Kecamatan

Domisili responden dibagi menjadi 9 kecamatan yang ada di Kabupaten Kudus, yaitu Jati, Undaan, Bae, Gebog, Kaliwungu, Kota, Mejobo, Dawe, Jekulo. Dalam hal ini tabel 4.3 menerangkan sebesar 8,8% (9 responden) berdomisili di kecamatan Jati, sebesar 8,8% (9 responden) berdomisili di kecamatan Undaan, sebesar 19,6% (20 responden) berdomisili di kecamatan Bae, sebesar 6,9% (7 responden) berdomisili di kecamatan Gebog, sebesar 11,8% (12 responden) berdomisili di kecamatan Kaliwungu, sebesar 12,7% (13 responden) berdomisili di kecamatan Kota, sebesar 14,7% (15 responden) berdomisili di kecamatan Mejobo, sebesar 10,8% (11 responden) berdomisili di kecamatan Dawe, sebesar 5,9% (6 responden) berdomisili di kecamatan Jekulo.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Jati	9	8.8	8.8	8.8
Undaan	9	8.8	8.8	17.6
Bae	20	19.6	19.6	37.3
Gebog	7	6.9	6.9	44.1
Kaliwungu	12	11.8	11.8	55.9
Kota	13	12.7	12.7	68.6
Mejubo	15	14.7	14.7	83.3
Dawe	11	10.8	10.8	94.1
Jekulo	6	5.9	5.9	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

4.) Pekerjaan

Tabel 4.4 menerangkan beberapa besar responden ialah pelajar maupun mahasiswa, yaitu sebesar 91,2% (93 responden). Lalu, ada 2,9 % (3 responden) bekerja sebagai pegawai negeri, ada 2.0% (2 responden) yang bekerja selaku wiraswasta, terdapat 2,0% (2 responden) yang bekerja sebagai karyawan swasta, dan sebesar 2,0% (2 responden) bekerja sebagai lain-lain.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Pelajar/Mahasiswa	93	91.2	91.2	91.2
Pegawai Negeri	3	2.9	2.9	94.1
Wiraswasta	2	2.0	2.0	96.1
Karyawan Swasta	2	2.0	2.0	98.0
Lain-lain	2	2.0	2.0	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

5.) Punya Tabungan di Bank Syariah

Tabel 4.5 Tabungan Di Bank Syariah

Punya Tabungan Di Bank Syariah	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ya	41	40.2	40.2	40.2
Tidak	61	59.8	59.8	100.0
Total	102	100.0	100.0	

Sumber: Data diolah (2023)

Pada tabel 4.5 penjawab yang memiliki tabungan di bank syariah sebesar 40,2% sedangkan yang tidak mempunyai sebanyak 59,8%. Adapun jenis bank yang digunakan untuk menabung diantaranya Bank Syariah Indonesia (BSI) dan Bank Jateng Syariah. Alasan berminat menabung di bank syariah yaitu karena memberikan manfaat dan ketentuan menabung serupa dengan kaidah syariah, dan simpanan bebas dari riba dan pelayanan yang baik.

C. Analisis Data

1.) Uji Validitas

Perlengkapan ukur yang dipakai buat melihat sepanjang mana kesalahan maupun ketetapan suatu instrumen yang diukur semacam pertanyaan yang terdapat diangket (kuesioner) disebut dengan uji validitas. Suatu survey dianggap valid jika pernyataan-pernyataan pada survey tersebut dapat mengatakan sesuatu yang diukur oleh survey tersebut. Jika r tabel $<$ r hitung dan sebaliknya, hasilnya diberi arti valid.¹ Untuk menjalankan uji validitas, peneliti menggunakan 102 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua pertanyaan valid, karena nilai r hitung melebihi 0,195. Tabel berikut menunjukkan hasil dari uji validitas.

¹ Sujarweni and V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*, Pustaka Baru Press, 2018, n.d, https://203.77.248.52/slim/index.php?p=show_detail&id=41033.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Sub Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Saving Intention (Y)</i>	Y1	0,760	0,195	Valid
	Y2	0,725	0,195	Valid
	Y3	0,763	0,195	Valid
	Y4	0,773	0,195	Valid
	Y5	0,626	0,195	Valid
	Y6	0,757	0,195	Valid
	Y7	0,704	0,195	Valid
	Y8	0,680	0,195	Valid
	Y9	0,722	0,195	Valid
	Y10	0,708	0,195	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X

Sub Variabel	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
<i>Sharia Financial Literacy (X1)</i>	X1.1	0,710	0,195	Valid
	X1.2	0,663	0,195	Valid
	X1.3	0,716	0,195	Valid
	X1.4	0,754	0,195	Valid
	X1.5	0,702	0,195	Valid
	X1.6	0,632	0,195	Valid
<i>Islamic Branding (X2)</i>	X2.1	0,689	0,195	Valid
	X2.2	0,758	0,195	Valid
	X2.3	0,806	0,195	Valid
	X2.4	0,746	0,195	Valid
<i>Sharia Governance (X3)</i>	X3.1	0,624	0,195	Valid
	X3.2	0,614	0,195	Valid
	X3.3	0,670	0,195	Valid
	X3.4	0,711	0,195	Valid
	X3.5	0,693	0,195	Valid
	X3.6	0,688	0,195	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

Bersumber tabel 4.6 & 4.7, hasil uji keabsahan pada variabel Y serta variabel X diklaim valid, sebab seluruh persoalan mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel ialah sebesar 0,195 dengan tingkat kesalahan 5%.

2.) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dijalankan untuk mengukur kuesioner yang dinyatakan valid. Sebuah survei dikatakan reliabel atau dapat dipercaya jika pernyataan ataupun jawaban atas pertanyaannya yakni tidak berubah-ubah ataupun normal dari masa ke masa. Menurut Sugiyono (2006) suatu variabel dibilang reliabel bila mempunyai *Cronbach Alpha* $> 0,60$, begitu juga sebaliknya. Tingkat reliabilitas *Cronbach Alpha* adalah:

Tabel 4.8 Tingkat Reliabilitas *Cronbach Alpha*

No	Tingkat Reliabilitas	Keterangan
1	0,00-0,20	Kurang Reliabel
2	$> 0,20-0,40$	Sedikit Reliabel
3	$>0,40-0,60$	Cukup Reliabel
4	$>0,60-0,80$	Reliabel
5	$>0,80-1,00$	Sangat Reliabel

Sumber: Buku Sugiyono (2006)

Tabel 4.9 dibawah ini merupakan hasil uji reliabilitas yang mempunyai nilai koefisien reliabilitas ataupun *Cronbach's Alpha* diatas 0,8, alhasil informasi yang didapat bisa digunakan buat penelitian sebab teruji sungguh reliabel.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y Dan Variabel X

Variabel	Uji Reliabilitas	Tingkat Reliabilitas	Keterangan
<i>Saving Intention</i>	0,933	$>0,80-1,00$	Sangat Reliabel
<i>Sharia Financial Literacy</i>	0,888	$>0,80-1,00$	Sangat Reliabel
<i>Islamic Branding</i>	0,892	$>0,80-1,00$	Sangat Reliabel
<i>Sharia Governance</i>	0,938	$>0,80-1,00$	Sangat Reliabel

umber: Data diolah (2023)

3.) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan guna mengetahui seberapa besar akibat variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.051	2.288		3.081	.003
<i>Sharia Financial Literacy</i>	.568	.125	.372	4.539	.000
<i>Islamic Branding</i>	1.157	.186	.512	6.210	.000
<i>Sharia Governance</i>	.026	.110	.017	.232	.817

Sumber: Data diolah (2023)

Bersumber tabel 4.10 diatas bisa diamati nilai konstanta(a) senilai 7,051 dan untuk *sharia financial literacy* sebesar 0,568, *islamic branding* sebesar 1,157, dan *sharia governance* sebesar 0,026. *Unstandardized coefficients* dapat diperoleh dari hasil persamaan regresi karena pengukurannya memakai skala penilaian *skala likert* maka persamaan yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 7,051 + 0,568 X_1 + 1,157 X_2 + 0,026 X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1.) Nilai konstanta (a) positif sebesar 7,051 menunjukkan *saving intention* (minat menabung) meningkat sebesar 705,1% apabila variabel *sharia financial literacy*, *islamic branding*, dan *sharia governance* dianggap konstan.
- 2.) Dari persamaan regresi diatas terlihat koefisien regresi variabel *sharia financial literacy* (b1) sebesar 0,568.

Artinya variabel *sharia financial literacy* memiliki hubungan yang positif terhadap *saving intention* (minat menabung) meningkat sebesar 56,8% ketika dianggap variabel lain konstan.

- 3.) Dari persamaan regresi diatas terlihat kalau koefisien regresi variabel *islamic branding* (b2) sebesar 1,157. Artinya variabel *islamic branding* memiliki hubungan yang positif terhadap *saving intention* (minat menabung) meningkat sebesar 115,7% sedangkan asumsi variabel lain konstan.
- 4.) Dari Persamaan regresi diatas bisa diketahui kalau koefisien regresi variabel *sharia governance* (b3) sebesar 0,026. Artinya variabel *sharia governance* memiliki hubungan yang positif terhadap *saving intention* (minat menabung) meningkat sebesar 2,6% ketika variabel lainnya konstan.

a.) Uji R² (Determinasi)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ghozali (2018) pengujian tersebut menggunakan uji R² untuk mengukur kemampuan model penelitian dalam menjelaskan sifat-sifat variabel dependen.² Nilai koefisien determinasi adalah antara angka 0 dan juga 1. Nilai yang mendekati 1, berarti variabel independen menyediakan nyaris seluruh data yang diperlukan buat memperhitungkan variabel terbatas. Namun, jika nilai R² semakin kecil, artinya keahlian variabel-variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas.

Tabel 4.11 Hasil Uji R² (Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822	.676	.666	3.396

Sumber: Data diolah (2023)

² Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang; Universitas Diponegoro,2018,)

Pada tabel 4.11 diatas dilihat kalau koefisien korelasi R dengan nilai 0,822, dapat dimaknai kalau terdapat kaitan antara variabel bebas dengan variabel terikat dikarenakan mendekati dengan angka 1. Sedangkan R^2 atau *adjusted R square* sebesar 0,666, nilai tersebut memiliki maksud kalau pengaruh variabel independen (X1,X2,X3) secara simultan bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) sebesar 66,6% dengan sisanya 33,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

b.) Uji F (Simultan)

Uji F merupakan tes signifikansi persamaan yang dipakai buat mengenali seberapa besar akibat variabel bebas(X1, X2, X3) dengan cara bersama-sama terhadap variabel dependen (Y) dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan kriteria sebagai berikut:

- 1.) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak serta H_a diterima.
- 2.) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ sehingga H_0 diterima serta H_a ditolak.

Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	2360.465	3	786.822	68.213	.000
Residual	1130.408	98	11.535		
Total	3490.873	101			

Sumber: Data diolah (2023)

Pada tabel 4.12 hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa nilai F hitungnya 68.213 dengan nilai F tabel sebesar 2,70 ($F_{hitung} > F_{tabel}$), serta nilai signifikan 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), alhasil bisa disimpulkan kalau secara simultan variabel *sharia financial literacy*,

islamic branding, *sharia governance* berpengaruh terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus.

c.) Uji t (Uji Parsial)

Uji t dipakai buat mengenali akibat tiap variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y) yang di uji pada tingkat signifikansi 0,05%. Terdapat pengaruh parsial variabel X terhadap Y karena pengaruh tersebut dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut:

- 1.) Bila tingkat signifikansi $< 0,05$ ataupun $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.
- 2.) Bila tingkat signifikansi $> 0,05$ ataupun $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima.

Tabel 4.13 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7.051	2.288		3.081	.003
<i>Sharia Financial Literacy</i>	.568	.125	.372	4.539	.000
<i>Islamic Branding</i>	1.157	.186	.512	6.210	.000
<i>Sharia Governance</i>	.026	.110	.017	.232	.817

Sumber: Data diolah (2023)

- 1.) Pada penelitian ini, t_{tabel} diperoleh angka sebesar 1,984467.
- 2.) Nilai dari signifikansi variabel *sharia financial literacy* (X1) yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sementara t_{hitung} nya 4,539 ($4,539 > 1,984$). Jadi dari kedua nilai tersebut dapat diartikan kalau variabel *sharia financial literacy* (X1) berpengaruh signifikan secara positif terhadap *saving intention* (Y).
- 3.) Nilai signifikansi variabel *islamic branding* (X2) yaitu sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sementara t

hitungnya 6,210 ($6,210 > 1,984$). Jadi dari kedua nilai tersebut dapat diartikan kalau variabel *islamic branding* (X2) berpengaruh signifikan secara positif terhadap *saving intention* (Y).

- 4.) Nilai dari signifikansi variabel *sharia governance* (X3) yaitu sebesar 0,817 ($0,817 > 0,05$) sedangkan t hitungnya 0,232 ($0,232 < 1,984$). Jadi dari nilai tersebut dapat diartikan kalau variabel *sharia governance* (X3) tidak berpengaruh terhadap *saving intention* (Y).

4.) Asumsi Klasik

a.) Normalitas

Uji normalitas bermaksud buat mengetes apakah informasi yang dipakai dalam suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak normal. Menurut pendapat Ghozali (2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi baik variabel dependen maupun variabel independen memiliki distribusi normal.³ Dasar keputusan dalam uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*.

- 1.) Bila signifikansi $> 0,05$, sehingga data berdistribusi normal
- 2.) Bila signifikansi $< 0,05$, sehingga data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.14 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.34546835
Most Extreme Differences	Absolute	.105
	Positive	.105
	Negative	-.090
Test Statistic		.105

³ Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang; Universitas Diponegoro,2018.).

Asymp. Sig. (2-tailed)			.008 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.193 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.182
		Upper Bound	.203

Sumber: Data diolah (2023)

Bersumber hasil uji normalitas K-S/ *Kolmogorov Smirnov* diketahui nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* variabel X1,X2,X3, dan Y sebesar 0,193 (0,193 > 0,05) alhasil bisa disimpulkan kalau variabel X1,X2,X3, serta Y berdistribusi normal.

b.) Multikolinearitas

Berdasarkan pendapat Ghozali (2018) tujuan dari uji multikolinearitas guna mengetes apakah ada korelasi ataupun kesinambungan antar variabel independen dalam model regresi.⁴ Salah satu cara metode untuk menguji adanya multikolinearitas ini adalah melalui *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Oleh karena itu, *tolerance* yang rendah maka sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/ tolerance$).

Berdasarkan Nilai *Tolerance*:

- 1.) *Tolerance* > 0,10 = Tidak terjadi Multikolinearitas.
- 2.) *Tolerance* < 0,10 = Terjadi Multikolinearitas.

Berdasarkan Nilai VIF:

- 1.) VIF < 10,00 Tidak terjadi Multikolinearitas.
- 2.) VIF > 10,00 Terjadi Multikolinearitas.

⁴ Ghozali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Universitas Diponegoro 2018, n.d.).

Tabel 4.15 Multikolinearitas

Model	Coefficients						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	7.051	2.288		3.081	.003			
<i>Sharia Financial Literacy</i>	.568	.125	.372	4.539	.000	.492	2.032	
<i>Islamic Branding</i>	1.157	.186	.512	6.210	.000	.487	2.054	
<i>Sharia Governance</i>	.026	.110	.017	.232	.817	.620	1.612	

Sumber: Data diolah (2023)

Bersumber uji multikolinearitas didapatkan nilai *tolerance* untuk variabel X1 sebesar 0,492 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,032 < 10,00 sehingga bisa disimpulkan tidak terjalin multikolinearitas. Dalam variabel X2 diketahui nilai *tolerance* sebesar 0,487 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 2,054 < 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas. Sedangkan dalam variabel X3 nilai *tolerance* sebesar 0,620 > 0,10 dan nilai VIF 1,612 < 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas. Jadi dari sini bisa disimpulkan tidak terjadi adanya multikolinearitas antara variabel X dalam model regresi ini.

c.) Heteroskedastisitas

Menurut pendapat Ghazali (2018) tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya.⁵ Cara memprediksi dengan menggunakan uji *glejser*. Dasar

⁵ Ghazali, I, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang: Universitas Diponegoro 2018.).

untuk melakukan uji heteroskedastisitas *glejser* yaitu jika nilai signifikansi (sig) di antara variabel-variabel bebas absolut residual yang tersisa lebih besar dari 0,05 maka tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.16 Heteroskedastisitas

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.729	1.589		2.976	.004
<i>Sharia Financial Literacy</i>	-.077	.087	-.127	-.890	.375
<i>Islamic Branding</i>	-.022	.129	-.024	-.170	.866
<i>Sharia Governance</i>	-.016	.076	-.027	-.213	.832

Dapat Sumber: Data diolah (2023)

Dapat dilihat dari tabel uji heteroskedastisitas variabel X1 nilai signifikansi sebesar ($0,375 > 0,05$), variabel X2 sebesar ($0,866 > 0,05$), dan variabel X3 sebesar ($0,832 > 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk model regresi pengaruh *sharia financial literacy*, *islamic branding*, dan *sharia governance* terhadap *saving intention* tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam pembahasan ini dilakukan guna mengetahui bagaimana pengaruh *Sharia Financial Literacy*, *Islamic Branding*, dan *Sharia Governance* terhadap *Saving Intention* di Perbankan Syariah Pada Generasi Milenial Di Kudus, yaitu sebagai berikut:

- 1.) Pengaruh *Sharia Financial Literacy* Terhadap *Saving Intention* Di Perbankan Syariah Pada Generasi Milenial di Kudus

Penelitian terhadap pengaruh *sharia financial literacy* terhadap *saving intention* di perbankan syariah

pada generasi milenial di Kudus menunjukkan hasil adanya pengaruh di antara keduanya, hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari uji T *test* dengan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sedangkan t hitungnya 4,539 ($4,539 > 1,984$). Hal tersebut menunjukkan bahwa jika *sharia financial literacy* atau pengetahuan terhadap keuangan syariah mempengaruhi *saving intention* (minat menabung) generasi milenial pada perbankan syariah di Kudus. Selanjutnya dalam penelitian ini H1 yaitu *sharia financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus diterima.

Sharia financial literacy berpengaruh terhadap *saving intention* di perbankan syariah. Hal tersebut menunjukkan pengetahuan generasi milenial tentang kegiatan/ bisnis perbankan syariah, pengetahuan tentang jenis dan produk tabungan perbankan syariah, pengetahuan tentang produk dan jasa layanan keuangan syariah, pengetahuan manfaat dan risiko produk perbankan syariah, sebagai kepercayaan lembaga keuangan syariah menjalankan usaha sesuai dengan prinsip syariah, dan bisa mengelola keuangan pribadi sesuai dengan prinsip syariah maka semakin tinggi minat menabung (*saving intention*) di perbankan syariah. Peningkatan literasi keuangan syariah merupakan salah satu indikator pengelolaan keuangan dengan baik. Tanpa literasi keuangan, pengelolaan keuangan tidak akan berhasil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dicoba Nur Agnesya yang temuannya menunjukkan adanya pengaruh langsung antara variabel literasi keuangan syariah terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah. Hal yang sama juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Nadila (2021)⁶ menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat menabung mahasiswa. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya

⁶ Nadila, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Produk Bank Syariah, 2021."

yang dilakukan oleh Zakaria (2020)⁷ yang menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh dan memiliki arah yang negatif terhadap minat menabung.

2.) Pengaruh *Islamic Branding* Terhadap *Saving Intention* di Perbankan Syariah Pada Generasi Milenial Di Kudus

Penelitian terhadap pengaruh *islamic branding* terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus menunjukkan hasil adanya pengaruh di antara keduanya, hal tersebut dibuktikan dengan hasil dari uji T *test* dengan signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sedangkan t hitungnya 6,210 ($6,210 > 1,984$). Jika kemauan untuk menyimpan uang di bank syariah sungguh berpengaruh terhadap merek syariah, hal ini menandakan bahwa individu sangat bersedia menggunakan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Nama terkait syariah menunjukkan identitas halal perbankan syariah dan meningkatkan minat menabung (*saving intention*) di perbankan syariah. Kesimpulannya dapat dikatakan bahwa *islamic branding* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat menabung (*saving intention*) di perbankan syariah. Selanjutnya dalam penelitian ini H2 diasumsikan bahwa *islamic branding* berpengaruh signifikan terhadap *saving intention* (minat menabung) di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus diterima.

Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dijalankan Afrianty (2020)⁸ yang menyatakan bahwa variabel *islamic branding* berpengaruh positif terhadap variabel minat. Di satu sisi, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Respati (2021)⁹ yang menemukan bahwa *islamic branding*

⁷ Zakaria, "Pengaruh Religius, Fasilitas Layanan, Literasi Keuangan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung Di Bank Syariah", 2020.

⁸ Nonie Afrianty, "Pengaruh Islamic Branding Dan Product Ingredients Terhadap Minat Beli Produk PT HNI HPAI Kota Bengkulu."

⁹ Respati Rachmaningtyas, "Pengaruh Islamic Branding, Persepsi dan profit sharing Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Sumowono Kabupaten Semarang)."

tidak mempengaruhi minat menabung masyarakat di bank syariah.

3.) Tidak Terdapat Pengaruh *Sharia Governance* Terhadap *Saving Intention* Di Perbankan Syariah Pada Generasi Milenial Di Kudus

Penelitian terhadap pengaruh *islamic branding* terhadap *sharia governance* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus menunjukkan hasil tidak adanya pengaruh antara keduanya, hal ini dibuktikan dengan hasil dari uji *T test* dengan signifikansi sebesar 0,817 ($0,817 > 0,05$) sedangkan *t* hitungnya 0,232 ($0,232 < 1,984$). Hal ini dapat menunjukkan jika *sharia governance* atau tata kelola perusahaan dan lembaga keuangan tidak mempengaruhi minat generasi milenial untuk menabung di bank syariah. Selanjutnya dalam penelitian ini H3 yaitu *sharia governance* berpengaruh signifikan terhadap *saving intention* di perbankan syariah pada generasi milenial di Kudus ditolak. Karena generasi milenial tidak mengetahui tata kelola bank syariah secara umum, sehingga menjadikan generasi milenial lebih memilih bertransaksi di perbankan konvensional dengan alasan kemudahan saat bertransaksi dan publikasi tata kelola perbankan syariah yang masih kurang optimal. Penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dijalankan Qaiyumila (2021)¹⁰ *sharia governance* (tata kelola bank syariah) mempengaruhi kepada minat nasabah dalam memilih pembiayaan di Bank Syariah Indonesia. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh Bobby & Dina (2019)¹¹ menghasilkan bahwa *sharia governance* (pengelolaan bank syariah) berdasarkan *sharia compliance* mempengaruhi kepada minat warga untuk menyimpan uang di lembaga perbankan syariah.

¹⁰ Qaiyumila Indriana Cerly, “Pengaruh Penilaian Nasabah Dan Pengembangan Kualitas Tata Kelola Bank Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Murabahah Di Bank Syariah Indonesia (Ex BRI Syariah KCP Mojokerto).”

¹¹ Bobby Raditya and Dina Fitriisa, “Pengaruh Bank Syariah Yang Dikelola Berdasarkan Prinsip Syariah Serta Fitur Dan Fasilitas Produk Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Surabaya, 2019.”