

**PENGARUH DIGITALISASI PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
INTENSI GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN
BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan
Perbankan Syariah Angkatan 2019 IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah (PS)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



FANY NURHANIFAH PUTRI

NIM : 1908203064

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN SYEKH NURJATI CIREBON**

1444 H / 2023 M

ABSTRAK

Fany Nurhanifah Putri. NIM: 1908203064. *“PENGARUH DIGITALISASI PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP INTENSI GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN JASA KEUANGAN BANK SYARIAH INDONESIA”*, 2023.

Transformasi digitalisasi layanan perbankan syariah adalah sebuah keniscayaan. Di era digital seperti saat ini bentuk media sudah beralih ke format online karena mudah diakses oleh siapa saja yang membutuhkan. Beragam kemudahan yang ditimbulkan karena adanya teknologi yang semakin berkembang pada saat ini salah satunya berdampak pada perilaku generasi milenial. Strategi Bank Syariah untuk masuk ke segmen milenial adalah dengan melakukan penyempurnaan dan penyesuaian dari sisi produk dan prosedur, khususnya terkait digitalisasi perbankan. Hal ini untuk mengakomodasi berbagai kebutuhan milenial yang menginginkan kecepatan dan kemudahan. Memiliki media sosial adalah sesuatu kebutuhan yang penting saat ini, maka dari itu perbankan juga harus masuk kedalam lingkungan milenial dengan cara menyediakan produk-produk digital yang modern agar generasi milenial mempunyai keinginan untuk menggunakan jasa perbankan terutama pada Bank Syariah Indonesia. Salah satu cara agar produk tersebut dapat dikenal oleh konsumen dan digunakan adalah dengan menciptakan merek.

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah mahasiswa jurusan perbankan syariah angkatan 2019 IAIN Syekh Nurjati Cirebon sebanyak 69 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Kemudian proses perhitungan dibantu program aplikasi software SPSS 25.

Berdasarkan hasil penelitian Variabel Digitalisasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi generasi milenial menggunakan jasa keuangan Bank Syariah Indonesia, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Variabel Brand Image memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap intensi generasi milenial menggunakan jasa keuangan Bank Syariah Indonesia, dengan nilai signifikansi sebesar 0,048. Sedangkan secara simultan Digitalisasi Produk dan Brand Image sama-sama berpengaruh terhadap intensi generasi milenial menggunakan jasa keuangan Bank Syariah Indonesia, dengan signifikansi sebesar 0,000

Kata Kunci: Digitalisasi Produk, Brand Image, Intensi Generasi Milenial, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

Fany Nurhanifah Putri. NIM: 1908203064. "THE INFLUENCE OF PRODUCT DIGITALIZATION AND BRAND IMAGE ON THE INTENTION OF MILENIAL GENERATIONS TO USE FINANCIAL SERVICES OF BANK SYARIAH INDONESIA", 2023.

The digital transformation of Islamic banking services is a necessity. In this digital era, media forms have shifted to online formats because they are easily accessible to anyone who needs information. The various conveniences that arise due to increasingly developing technology at this time have an impact on the behavior of the millennial generation. The strategy for Islamic Banks to enter the millennial segment is to make improvements and adjustments in terms of products and procedures, especially related to banking digitalization. This is to accommodate various millennial needs that want speed and convenience. Having social media is an important requirement at this time, therefore banking must also enter the millennial environment by providing modern digital products so that the millennial generation has the desire to use banking services, especially at Bank Syariah Indonesia. One way for these products to be recognized by consumers and used is to create a brand.

The research used in this research is quantitative research. The sample used was students majoring in Islamic banking class of 2019 at IAIN Syekh Nurjati Cirebon as many as 69 respondents. Data collection techniques used questionnaires and documentation then the calculation process was assisted by the SPSS 25 software application program.

Based on the results of the research, the Product Digitization Variable has a positive and significant influence on the millennial generation's intention to use Bank Syariah Indonesia financial services, with a significance value of 0.000. The Brand Image variable has a positive and significant influence on the millennial generation's intention to use Bank Syariah Indonesia's financial services, with a significance value of 0.048. Whereas simultaneously Product Digitalization and Brand Image both have an effect on the millennial generation's intention to use Bank Syariah Indonesia's financial services, with a significance of 0.000.

Keywords: Product Digitalization, Brand Image, Millennial Generation Intentions, Indonesian Sharia Bank.

نبذة مختصرة

فاني نورهانيفه بوتري. NIM: 1908203064. "تأثير رقمنة المنتجات وصورة العلامة التجارية على نية الأجيال الميلادية لاستخدام الخدمات المالية لبنك سوريا الإندونيسي" ، 2023.

يعتبر التحول الرقمي للخدمات المصرفية الإسلامية ضرورة. في هذا العصر الرقمي ، تحولت نماذج الوسائط إلى التنسيقات عبر الإنترنت لأنها يمكن الوصول إليها بسهولة لأي شخص يحتاج إلى معلومات. وسائل الراحة المختلفة التي تنشأ بسبب التطور المتزايد للتكنولوجيا في هذا الوقت لها تأثير على سلوك جيل الألفية. تتمثل استراتيجية البنوك الإسلامية لدخول قطاع الألفية في إجراء تحسينات وتعديلات فيما يتعلق بالمنتجات والإجراءات ، لا سيما فيما يتعلق بالرقمنة المصرفية. هذا لاستيعاب احتياجات الألفية المختلفة التي تريد السرعة والراحة. ميعد امتلاك وسائل التواصل الاجتماعي مطلبًا مهمًا في هذا الوقت ، لذلك يجب أن تدخل الخدمات المصرفية أيضًا بيئة الألفية من خلال توفير منتجات رقمية حديثة حتى يصبح جيل الألفية مهتمًا باستخدام الخدمات المصرفية ، وخاصة الخدمات المصرفية الإسلامية. تتمثل إحدى طرق التعرف على هذه المنتجات من قبل المستهلكين واستخدامها في إنشاء علامة تجارية

البحث المستخدم في هذا البحث هو بحث كمي. كانت العينة المستخدمة هي الطلاب الذين تخصصوا في فئة الخدمات المصرفية الإسلامية لعام 2019 في IAIN Syekh Nurjati Cirebon بما يصل إلى 69 مشاركًا. استخدمت تقنيات جمع البيانات الاستبيانات والملاحظة والتوثيق ثم تمت عملية الحساب بمساعدة برنامج التطبيق SPSS 25.

استنادًا إلى نتائج البحث ، فإن متغير رقمنة المنتج له تأثير إيجابي وهام على نية جيل الألفية لاستخدام الخدمات المالية لبنك الشريعة الإندونيسية ، بقيمة معنوية تبلغ 0.000. متغير صورة العلامة التجارية له تأثير إيجابي وهام على نية جيل الألفية لاستخدام الخدمات المالية لبنك شريعة إندونيسيا ، بقيمة معنوية تبلغ 0.048. في حين أن كلا من رقمنة المنتج وصورة العلامة التجارية لهما تأثير على نية جيل الألفية لاستخدام الخدمات المالية لبنك الشريعة الإندونيسية ، مع أهمية 0.000.

الكلمات الدالة: رقمنة المنتج ، صورة العلامة التجارية ، نوايا جيل الألفية ، بنك الشريعة الإندونيسية.

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH DIGITALISASI PRODUK DAN BRAND IMAGE
TERHADAP INTENSI GENERASI MILENIAL MENGGUNAKAN JASA
KEUANGAN BANK SYARIAH INDONESIA
(Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah
IAIN Syekh Nurjati Cirebon)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Fany Nurhanifah Putri

NIM: 1908203064

Menyetujui,

Pembimbing I

Toto Suharto, M.Si

NIP. 196811232000031001

Pembimbing II

Dr. Dewi Fatmasari, M.Si

NIP. 197301072009012001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M. Ag

NIP. 197603122003121003

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
Di
Cirebon

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulis skripsi saudara **Fany Nurhanifah Putri, NIM: 1908203064** dengan judul **"Pengaruh Digitalisasi Produk Dan Brand Image Terhadap Intensi Generasi Milenial Menggunakan Jasa Keuangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)"** Kami bersepakat bahwa skripsi tersebut diatas sudah diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosahkan.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi Wabaraakatuh

Menyetujui,

Pembimbing I



Toto Suharto, M.Si

NIP. 196811232000031001

Pembimbing II



Dr. Dewi Fatmasari, M.Si

NIP. 197301072009012001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefullah, M. Ag

NIP. 197603122003121003

v

Scanned by TapScanner

v

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Digitalisasi Produk Dan Brand Image Terhadap Intensi Generasi Milenial Menggunakan Jasa Keuangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019 IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”, oleh Fany Nurhanifah Putri, NIM : 1908203064, telah diajukan dalam sidang Munaqasyah Institut Agama Islam (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 01 Maret 2023.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Perbankan Syariah (PS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Syekh Nurjati Cirebon.



Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

Eef Saefulloh, M. Ag

Nur Eka Setiowati S.Pd., M.Si

NIP. 197603122003121003

NIP. 198103082006042001

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Rita Kusumadewi, MM

NIP. 198404222011012018

Hafni Khairunnisa, M.Sc

NIP. 198808262018012002

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmaanirrahiim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fany Nurhanifah Putri

NIM : 1908203064

TTL : Sumedang, 26 Juni 2001

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Digitalisasi Produk Dan Brand Image Terhadap Intensi Generasi Milenial Menggunakan Jasa Keuangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)” merupakan:

1. Hasil karya penulis yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana (S1) di Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun keseluruhan isinya merupakan karya plagiat, penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 21 Februari 2023

Pembuat Pernyataan,



Fany Nurhanifah Putri

NIM. 1908203064

KATA PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin... Dengan Rahmat Allah yang maha Pengasih Lagi Maha Penyayang atas karunia, kekuatan, kesehatan dan cinta yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi seluruh umat muslim.

Saya Persembahkan sebuah karya sederhana untuk orang yang kukasihi dan sayangi Ayah dan Mamah tercinta, sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada ayah Henda dan mamah Nunung yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat ayah dan mamah bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk ayah dan mamah yang selalu membuat termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik. Terima Kasih Ayah..... Terima Kasih Mamah.

Teruntuk Adik-adikku, tiada waktu yang paling berharga dalam hidup selain menghabiskan waktu bersama kalian. Terimakasih telah memberikan semangat dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga awal keberhasilan saya ini bisa membanggakan kalian.

Teruntuk Osy, Iip, Khotimatunisa, Ade Izmi, Sovi, dan seluruh teman Perbankan Syariah B terima kasih karena kalian telah mewarnai masa-masa kuliah ku. Semoga kalian diberikan kelancaran dalam menggapai kesuksesan dan impian kalian tercapai, Aamiin.

Ku persembahkan karya sederhana untuk kalian semua. Dan dengan kerendahan hati saya mengucapkan beribu kata terimakasih dan maaf. Semoga kita tetap berada dilindungan Allah SWT. Aamiin Allahumma Aamiin.

MOTTO

“Saat Kamu menyerah, kamu mungkin tidak tahu, sudah berapa dekatnya kamu dengan keberhasilan, Semangat!”

(Christopher)



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Fany Nurhanifah Putri dilahirkan di Sumedang, 26 Juni 2001. Penulis adalah anak pertama dari pasangan Bapak Henda dan Ibu Nunung. Penulis tinggal di Bumi kepongpongan Indah II Blok E1 No 1 Kecamatan Talun, Kabupaten Cirebon, kode pos 45171.

Jenjang pendidikan yang ditempuh adalah:

1. SDN 2 Kepongpongan, Tahun 2007 - 2013
2. SMPN 11 Kota Cirebon, Tahun 2013 - 2016
3. SMKN 2 Kota Cirebon, Tahun 2016 – 2019
4. IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada tahun 2023

Penulis mengikuti program S1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan program studi Perbankan Syariah dan mengambil judul skripsi “**Pengaruh Digitalisasi Produk Dan Brand Image Terhadap Intensi Generasi Milenial Menggunakan Jasa Keuangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**”
Dibawah bimbingan Bapak Toto Suharto, M.Si dan Ibu Dr. Dewi Fatmasari, M.Si

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalmu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji hanya milik Allah SWT yang telah memberikan limpahan taufik hidayat, rahmat dan nikmat kepada kita semua. Sholawat serta salam tercurahkan kepada suri tauladan kita Rasulullah Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat, dan pengikutnya semuga kita semua seluruh kaum muslimim termasuk dalam umatnya dan memperoleh syafaat-syafaatnya kelak di yaumul akhir.

Alhamdulillah Robbil'alamin dengan pertolongan Allah SWT akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Digitalisasi Produk Dan Brand Image Terhadap Intensi Generasi Milenial Menggunakan Jasa Keuangan Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2019 IAIN Syekh Nurjati Cirebon)".

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas adanya petunjuk, dorongan semangat, bimbingan dan bantuan baik secara moril maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. H. Sumanta, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Abdul Aziz, M.Ag selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak Eef Saefulloh, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Bapak Toto Suharto, M.Si dan Ibu Dr. Dewi Fatmasari, M.Si selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II, yang penuh kesabaran telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan dan bimbingan serta pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

5. Bapak Drs. H. Robbani MM., M.Ag, selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan dukungan, perhatian, semangat dari awal menjadi mahasiswa hingga saat ini.
6. Para Dosen Jurusan Perbankan syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan serta memberikan masukan kepada penulis selama belajar di kampus ini beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Staf Jurusan Perbankan Syariah.
7. Kedua orang tuaku tersayang, Bapak Henda dan Ibu Nunung telah menjadi orang tua terhebat yang selalu memberikan motivasi, nasehat, cinta, perhatian, kasih sayang, dan sabar dalam mendidiku serta doa yang selalu terpanjatkan dalam setiap sujud dan doanya.
8. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya keluarga besar Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon angkatan 2019 yang selama 4 tahun bersama menjalani studi.
9. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat saya selesaikan.

Penulis hanya dapat berterima kasih yang sebesar-besarnya, serta berdoa semoga Allah SWT memberi kebaikan kepada kalian semua Aamiin ya robbal alamii. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan dalam karya ilmiah selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembacanya baik akademisi, maupun masyarakat.

Penulis ucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada kesalahan yang tidak disengaja, baik kesalahan penulis maupun hal-hal lainnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Cirebon, 21 Februari 2023

Penyusun,

Fany Nurhanifah Putri

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
نبذة مختصرة.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
NOTA DINAS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	vii
KATA PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO.....	ix
RIWAYAT HIDUP.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
A. Kajian Teori	12
1. Digitalisasi Produk Bank Syariah.....	12
2. Brand Image	19
3. Intensi	28
4. Bank Syariah Indonesia.....	34
B. Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Pemikiran.....	45
D. Hipotesis Penelitian.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	50

A. Metode Penelitian.....	50
B. Tempat Waktu Penelitian.....	50
C. Populasi.....	50
D. Sample.....	51
E. Teknik pengumpulan Data.....	53
F. Operaional Variabel.....	54
G. Uji Instrumen Penelitian.....	56
H. Uji Deskripsi.....	57
I. Uji Asumsi klasik.....	57
J. Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
K. Uji Hipotesis.....	60
L. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	62
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	62
2. Produk-produk Digital Bank Syariah Indonesia.....	63
B. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
1. Profil Program Studi Perbankan Syariah.....	67
2. Visi, Misi, Tujuan Perbankan.....	67
3. Struktur Organisasi Jurusan Perbankan Syariah.....	68
C. Karakteristik Responden.....	69
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	69
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	70
D. Analisis Data.....	70
1. Uji Instrumen.....	71
2. Analisis Deskripsi Variabel.....	73
3. Uji Asumsi Klasik.....	79
4. Uji Pengaruh Individual.....	84
5. Uji Pengaruh Individual.....	85
6. Regresi Linear Berganda.....	85
7. Hipotesis.....	87
8. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
E. Pembahasan.....	90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	106



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk-Produk Digital bak Syariah Indonesia	4
Tabel 1.2 Top Brand Index 2020	4
Tabel 3.1 Sebaran Populasi Penelitian.....	51
Tabel 3.2 Teknik pengambilan Sampel.....	52
Tabel 3.3 Skala Likert.....	54
Tabel 3.4 Operasional Variabel Peelitian.....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responde Berdasarkan jenis kelamin.....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.....	69
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.6 Rekapitulasi Variabel Digitalisasi Produk	73
Tabel 4.7 Rekapitulasi Variabel Brand Image	75
Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel Intensi Generasi Milenial menggunakan Jasa Keuangan Bank Syariah Indonesia	77
Tabel 4.9 Uji Normalitas One-Sample Kolomogorov-Smirov	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolonieritas	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Pengaruh Individual.....	83
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t)	86
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Bank Pada Mahasiswa Perbankan Syariah 2019	6
Gambar 1.2 Intensi Mahasiswa Untuk Menabung di BSI.....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel Digitalisasi Produk	74
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel Brand Image	76
Gambar 4.1 Garis Kontinum Variabel Intensi Generasi Milenial Menggunakan Jasa Keuangan Bank Syariah Indonesia.....	78
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan P=Plot.....	79
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Gambar 4.3 Hasil Uji Durbin-watson	83



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi adalah mengalihaksarakan suatu tulisan ke dalam aksara latin, misalnya dari aksara Arab ke aksara Latin. Berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa'	ṡ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal'	ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

س	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (*monoftong*) dan vokal rangkap (*diftong*). Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu Fathah

(—) untuk vokal a, (—) kasroh untuk vokal i, dan dhummah (—) untuk vokal u. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu AU yaitu harakat a (fathah) diikuti wawu (و) sukun (mati), dan ai yaitu harakat a (fathah) diiringi huruf ya (ي) sukun (mati).

Contoh vokal tunggal: كَسَرَ Ditulis *Kasara*

جَعَلَ Ditulis *Ja'ala*

Contoh vokal rangkap:

1. Fathah + ya tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أي).

Contoh : كَيْفَ Ditulis *Kaifa*

2. Fathah + wawu mati dituliskan au (او)

Contoh: هَوَّلَ Ditulis *Haula*

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang di dalam Bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya. □

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...َ	Fathah dan Alif	Â	a dengan garis di atas
ي...َ	Atau fathah dan ya		
ي...ِ	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wawu	Û	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَ Ditulis *qâla*

قِيلَ Ditulis *qîla*

يُقَالُ Ditulis *yaqûlu*

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu: ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat skun, transliternya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ Ditulis *raudatul al-atfāl*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ Ditulis *raudatul atfā*

E. Syaddah

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*. Jika huruf *ي* ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah *يَ*, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i)

Contoh: رَبَّنَا Ditulis *rabbanâ*

الْحَدُّ Ditulis *al-ḥaddu*

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Kata Sandang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah diteransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh: الرَّجُلُ Ditulis *ar-rajulu*

السَّمْسُ Ditulis *as-syamsu*

2. Kata Sandang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditulis al-.

Contoh: الْمَلِكُ Ditulis *al-Maliku*

الْقَلَمُ Ditulis *al-qalamu*

G. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contohnya:

شيءٍ Ditulis *Syai'un*

امرت Ditulis *Umirtu*

النوءٍ Ditulis *An-Nau'u*

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh: وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَجَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis: *Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn* atau *Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn*.

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh: البُخَارِي Ditulis *al-Bukhârî*

البَيْهَقِي Ditulis *al-Baihaqî*

