

Intensi Generasi Milenial dalam Memilih Kredit Kepemilikan Rumah pada Bank Syariah di Indonesia = Intention of Millennial Generation in Choosing Housing Ownership Loan at Sharia Bank in Indonesia

Sheila Annisa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920558610&lokasi=lokal>

Abstrak

Penulisan tesis ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi intensi generasi milenial dalam memilih KPR di bank Syariah. Penelitian ini mengangkat Theory Reasoned Action dengan menggunakan populasi responden yang berasal dari nasabah bank generasi milenial di Indonesia. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Attitude dan intensi generasi milenial, sedangkan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Service Quality, Product Choice, Islamic Debt Policy, Pricing Policy, Institutional Compliance on Maqasid, dan Social Influence. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Sedangkan untuk mengetahui karakteristik responden dan untuk memenuhi tujuan penelitian, data dianalisis dengan menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SMART PLS. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa ada tiga variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap terbentuknya Attitude seseorang, yaitu Product Choice, Institutional Compliance on Maqasid, dan Social Influence. Selain itu, Attitude sendiri mempengaruhi sebesar 73 % terhadap intensi generasi milenial dalam memilih KPR di bank syariah.

.....The purpose of this research is to determine the factors that can influence the intention of the millennial generation in choosing mortgage financing in Islamic banks. This study raises the Theory of Reasoned Action by using a population of respondents who come from millennial generation bank customers in Indonesia. The dependent variable in this study is the attitude and intentions of the millennial generation, while the independent variables used in this study are Service Quality, Product Choice, Islamic Debt Policy, Pricing Policy, Institutional Compliance on Maqasid, and Social Influence. Data were collected using a questionnaire with a Likert scale. Meanwhile, to determine the characteristics of the respondents and to fulfill the research objectives, the data analyzed using Partial Least Square (PLS) with the help of the SMART PLS application. From the results of the study, it was found that there are three independent variables that have a positive and significant effect on the formation of a person's attitude, namely Product Choice, Institutional Compliance on Maqasid, and Social Influence. In addition, attitude itself affects 73% of the millennial generation's intentions in choosing mortgages in Islamic banks.