

Factors that Influencer Customer Saving Interest in Bank Jago Syariah in Jabodetabek

By Refi Tri Wardani Rifai

Abstract

The growth of internet usage in Indonesia continues to increase. Following data from the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) estimates that by 2024, internet penetration in Indonesia will reach 79.5%. Seeing this development, the banking industry is increasingly adopting digital technology, as seen from the emergence of digital banks that offer online services. In April 2023, the value of digital bank transactions in Indonesia reached Rp4,264.8 trillion, covering various types of digital banking transactions according to the classification of the Financial Services Authority (OJK). This study aims to analyze the influence of social media marketing, service features, Islamic financial literacy, and religiosity on interest in saving at Bank Jago Syariah, an Islamic digital bank in Jabodetabek. The study used a quantitative approach through quantitative descriptive analysis. Data were collected by questionnaire through purposive and non-probability sampling techniques. The analysis was conducted using PLS which consists of inner and outer models. The results of the study are expected to clarify the relationship between independent and dependent variables, as well as provide insights to academics, organizations, and practitioners about the factors that influence interest in saving at Islamic digital banks.

Keywords: interest, islamic financial literacy, religiosity, service features, social media marketing.

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Menabung Nasabah pada Bank Jago Syariah di Jabodetabek

Oleh Refi Tri Wardani Rifai

Abstrak

Pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia terus meningkat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memperkirakan pada tahun 2024, penetrasi internet di Indonesia akan mencapai 79,5%. Melihat perkembangan ini, industri perbankan semakin mengadopsi teknologi digital, terlihat dari kemunculan bank digital yang menawarkan layanan secara online. Pada April 2023, nilai transaksi bank digital di Indonesia mencapai Rp4.264,8 triliun, mencakup berbagai jenis transaksi perbankan digital menurut klasifikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran media sosial, fitur layanan, literasi keuangan syariah, dan religiusitas terhadap minat menabung di Bank Jago Syariah, sebuah bank digital syariah di Jabodetabek. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui analisis deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan dengan kuesioner melalui teknik *purposive* dan *non-probability* sampling. Analisis dilakukan menggunakan PLS yang terdiri dari model inner dan outer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas, literasi keuangan syariah, fitur layanan, dan pemasaran media sosial berpengaruh terhadap minat menabung nasabah di bank jago syariah. Diharapkan dengan adanya penelitian ini, bank jago syariah khususnya dan bank digital syariah lainnya dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat menabung nasabah dan bisa mengembangkan fitur layanan serta promosi media sosial nya.

Kata kunci: fitur layanan, literasi keuangan syariah, minat, pemasaran media sosial, religiusitas.