

INTISARI

Rendahnya literasi keuangan syariah pada generasi muda yang seharusnya menjadi fondasi utama dalam pengelolaan keuangan secara tepat dan bijak sesuai prinsip-prinsip Islam, salah satu satunya disebabkan oleh tingkat pendapatan masyarakat dan kurangnya promosi penjualan dari bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh literasi keuangan syariah, tingkat pendapatan dan promosi penjualan terhadap minat beli produk pembiayaan KPR BSI Griya Simuda pada generasi milenial di Kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berdomisili di Kota Yogyakarta, dengan sampel sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dan penyebaran data kuesioner dengan *skala Likert*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli, sedangkan variabel tingkat pendapatan dan promosi penjualan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli produk pembiayaan KPR BSI Griya Simuda pada generasi milenial di Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Tingkat Pendapatan, Promosi Penjualan dan Minat Beli

ABSTRACT

The low level of Islamic financial literacy in the younger generation, which should be the main foundation in managing finances appropriately and wisely according to Islamic principles, is partly due to the level of community income and the lack of sales promotion from Islamic banks. This study aims to explore the influence of Islamic financial literacy, income level and sales promotion on the interest in buying BSI Griya Simuda mortgage financing products among the millennial generation in Yogyakarta City. This study uses a survey method by distributing questionnaires. The population in this study is the millennial generation domiciled in Yogyakarta City, with a sample of 100 respondents taken using purposive sampling techniques and distributing questionnaire data with a Likert scale. The results of this study indicate that the variable of islamic financial literacy partially does not have a significant effect on buying interest, while the variables of income level and sales promotion partially have a significant effect on buying interesy in BSI Griya Simuda mortgage financing products among the millennial generation in Yogyakarta City.

Keywords: Islamic Financial Literacy, Income Level, Sales Promotion, and Buying Interest.