

ABSTRAK

Financial Technology (FinTech) telah menjadi inovasi utama yang memengaruhi perilaku keuangan masyarakat yang mengubah cara pembayaran menjadi lebih mudah. Di Indonesia, perkembangan *FinTech* telah meningkat, khususnya di Kota Bandung yang termasuk sebagai tiga besar pangsa pasar pelaku *FinTech*. Di Kota Bandung, mayoritas penduduknya beragama Islam, dan lebih dari setengahnya merupakan penduduk generasi milenial dan z. Namun di sisi lain, penggunaan bank konvensional di kalangan masyarakat lebih banyak bila dibandingkan dengan bank digital. Maka dari itu diperlukan penelitian terkait niat untuk mengadopsi *FinTech*, khususnya pada sektor perbankan syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi Generasi Milenial dan Gen Z di Bandung dalam mengadopsi layanan *FinTech* di sektor perbankan Syariah. Faktor-faktor tersebut meliputi sikap, norma subjektif, kesadaran, pengetahuan, kepercayaan, dan kondisi yang memfasilitasi.

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disurvei terhadap 400 nasabah perbankan Syariah, terbatas pada Generasi Milenial dan Gen Z di Bandung. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS)*.

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa sikap, norma subjektif, kesadaran, pengetahuan, dan kepercayaan secara signifikan memengaruhi niat konsumen untuk mengadopsi layanan *FinTech*. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa kondisi yang memfasilitasi, sebagai faktor moderasi, memiliki dampak yang signifikan terhadap sikap dan kesadaran terkait niat konsumen untuk mengadopsi layanan *FinTech*. Namun, kondisi yang memfasilitasi tidak memoderasi pengaruh norma subjektif, pengetahuan, atau kepercayaan terhadap niat untuk mengadopsi layanan *FinTech*.

Secara mendasar, penelitian ini menyelidiki faktor-faktor yang memengaruhi niat konsumen bank Syariah untuk mengadopsi layanan *FinTech*. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan *FinTech* dan perbankan Syariah, serta pembuat kebijakan, dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi Generasi Milenial dan Gen Z.

Kata Kunci: Adopsi *FinTech*, *Financial Technology (FinTech)*, Kondisi yang Memfasilitasi, Perbankan Syariah