

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan dan Tingkat Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Blitar (Studi pada Masyarakat Kelurahan Sananwetan Kota Blitar)” ini ditulis oleh Ani Mawadatul Nikmah, NIM.17401153331, pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Beberapa tahun belakangan ini perkembangan bank syariah mulai diminati oleh masyarakat, terlebih pada orang-orang yang beragama Islam. Dengan berdasarkan asas-asas Islami bank-bank syariah mulai menunjukkan kekuatannya di sektor perekonomian Indonesia.. Masalah utama yang dihadapi Lembaga keuangan syariah adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan atau calon nasabah serta mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Salah satu caranya adalah dengan melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat. Dalam mempengaruhi minat masyarakat tentu dipengaruhi oleh beberapa hal juga, yaitu biasanya meliputi faktor persepsi, citra perusahaan maupun tingkat religiusitas masyarakat itu sendiri.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah persepsi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah? (2) Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah? (3) Apakah tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah? (4) Apakah persepsi masyarakat, citra perusahaan dan tingkat religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah? Adapun tujuan penelitian ini adalah mengkaji pengaruh persepsi masyarakat, citra perusahaan dan tingkat religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kota Blitar secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif dengan menggunakan sumber data primer kuesioner. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu *Teknik simple random sampling* dengan sebanyak 92 responden. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji regresi berganda, uji hipotesis serta uji koefisien determinasi dengan menggunakan IBM SPSS Statistik 21.0

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Secara parsial, citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Secara parsial, tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. kemudian penelitian yang dilakukan secara simultan memberikan hasil bahwa persepsi masyarakat, citra perusahaan dan tingkat religiusitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

**Kata Kunci: Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan, Tingkat Religiusitas, Minat**

## ABSTRACT

*Thesis entitled "Influence of public perception, corporate image and level of religiosity towards interest to become a customer of Bnak Syariah in Blitar (study on the community Sananwetan village Blitar)" was written by Ani Mawadatul Nikmah, NIM. 17401153331, guided Dr. H. Mashudi, M. Pd. I.*

*In recent years, the development of Sharia banks began to demand by the people, for those who are Muslims. Based on Islamic principles, sharia banks began to demonstrate their strength in Indonesia's economic sector. The main problem facing Islamic financial institutions is how companies attract customers or prospective clients and retain them so that the company can survive and thrive. One way is to look at factors that can influence the interest of the community. In influencing people's interest is certainly influenced by some things as well, namely usually covers the perception factor, the image of the company and the level of religiosity of the community itself.*

*The problem formulation in this research is (1) What is the perception of a significant influence on the interest of becoming a sharia bank customer? (2) Does the company's image affect the interest of becoming a sharia bank customer? (3) is the level of religiosity significant effect on the interest of becoming a sharia bank customer? (4) What is the perception of society, the company image and the extent of the simultaneous influence on the interests of becoming Sharia bank customers? The purpose of this research is to examine the influence of public perception, corporate image and level of religiosity towards the interest of becoming Sharia bank customers in Blitar City as a partial or simultaneous.*

*This study uses quantitative approaches and types of associative research by using a primary data source questionnaire. The methods used in sampling are simple random sampling techniques with as many as 92 respondents. Data analysis techniques using the validity test, reliability test, normality test, classical assumption test consisting of multicholinerity test, heteroskedasity test, autocorrelation test and multiple regression test, hypothetical test and coefficient of determination test By using IBM SPSS statistics 21.0*

*The results of this study show that, in a partial, public perception is positive and significant towards the interest of becoming a sharia bank customer. Partially, the company's image has a positive and significant impact on the interest of becoming Sharia bank customers. Partially, the level of religiosity has a positive and significant effect on the interest of becoming a sharia bank customer. Then the research carried out simultaneously gives the results that the perception of society, corporate image and the level of religiosity influence together towards the interest of becoming a sharia bank customer.*

**Keywords: Community Perception, Corporate image, Religious Level, Interests**

