

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Masyarakat, Pekerjaan, dan *Religiusitas* terhadap Keputusan untuk menjadi Nasabah di Bank Syariah Blitar (*Studi Kasus Masyarakat Desa Sawentar*)”, yang di tulis oleh Nurus Farhana, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, NIM 12401173129, dengan pembimbing Ahmad Syaichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perlunya mencari tahu tentang adanya pengaruh pada masyarakat Desa Sawentar mengenai Perbankan Syariah. Serta kita dapat mengetahui seberapa banyak masyarakat yang sudah memahami tentang bank syariah. Beberapa indikator diantaranya, Persepsi Masyarakat, Pekerjaan, dan *Religiusitas*.

Tujuan Penelitian ini adalah (1) Untuk menguji pengaruh Persepsi Masyarakat terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah? (2) Untuk menguji pengaruh Pekerjaan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah? (3) Untuk menguji pengaruh *Religiusitas* terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah? (4) Untuk menguji apakah secara bersama-sama secara simultan antara persepsi masyarakat, pekerjaan, *Religiusitas* dan promosi produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah?

Penelitian menggunakan teknik pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data menggunakan data primer, dan sekunder sebagai pendukung. Adapun populasi penelitian yang akan diambil adalah masyarakat RW 06 dengan cakupan umur 20-40 tahun yang ada di Desa Sawentar yang berjumlah 230 orang. Teknik penelitian ini menggunakan uji realibilitas, uji validitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, uji autokorelasi dan uji regresi berganda, uji hipotesis serta uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, persepsi masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Secara parsial, pekerjaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Secara parsial, *religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan secara simultan memberikan hasil bahwa persepsi masyarakat, pekerjaan, dan *religiusitas* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

**Kata Kunci:** Persepsi Masyarakat, Pekerjaan, *Religiusitas*

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Influence of Public Perception, Employment, and Religion on the Decision to Become a Customer at the Blitar Islamic Bank (Case Study of the Sawentar Village Community)", written by Nurus Farhana, Faculty of Islamic Business Economics, Islamic Banking Department, NIM 12401173129, with mentor Ahmad Syaichoni, M.Sy.*

*This research is motivated by the need to find out about the influence on the Sawentar Village community regarding Islamic Banking. And we can find out how many people already understand about Islamic banks. Some of the indicators include Community Perception, Employment, and Religion.*

*The objectives of this study are (1) to examine the effect of public perception on the decision to become a customer in a sharia bank? (2) To test the effect of Employment on the decision to become a customer in a Sharia Bank? (3) To test the effect of religion on the decision to become a customer in a Sharia bank? (4) To test whether simultaneously between public perception, job, and religion affect the decision to become a customer at a Sharia Bank?*

*The research uses a quantitative approach technique with associative research type. Data collection uses primary and secondary data as support. The research population that will be taken is the community of RW 06 with an age range of 20-40 years in Sawentar Village, amounting to 230 people. This research technique uses reliability test, validity test, classical assumption test which consists of normality test, test multicollinearity, heteroscedasticity test, autocorrelation test and multiple regression test, hypothesis testing and the coefficient of determination test.*

*The results of this study indicate that partially, the perception of society does not have a positive and significant effect on the decision to become a customer of a sharia bank. Partially, work does not have a positive and significant effect on the decision to become a customer of an Islamic bank. Partially, religiosity has a positive and significant effect on the decision to become a customer of a sharia bank. Then the research that was conducted simultaneously gave the result that public perception, occupation, and religiosity had a joint effect on the decision to become a customer of a sharia bank.*

**Keyword: Public Perception, Job, Religion**

