

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi, Religiusitas, dan Keterjangkauan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Pandansari, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung)” yang ditulis oleh Fitri Ni'matul Janah, NIM. 12401183022, Pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M. E. I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya masyarakat yang beragama Islam di Negara Indonesia serta terdapatnya lembaga keuangan yang pengoperasiannya berprinsip pada syariat Islam. Dengan terdapatnya lembaga keuangan yang pengoperasiannya berprinsip pada syariat Islam diharapkan agar mampu menarik minat masyarakat khususnya yang beragama Islam untuk bertransaksi dan memanfaatkan bank yang berprinsip pada syariat Islam yaitu bank syariah untuk menjadi nasabah di bank syariah, sehingga dapat menghasilkan feedback yang baik dan seimbang antara pihak bank syariah dan pihak nasabah. Penelitian ini mengangkat masalah mengenai persepsi masyarakat tentang bank syariah, religiusitas, serta keterjangkauan lokasi untuk mencapai bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi, religiusitas serta keterjangkauan lokasi terhadap minat masyarakat khususnya masyarakat Desa Pandansari dalam menjadi nasabah di bank syariah baik secara parsial maupun simultan. Dengan menyebar kuesioner ke 100 responden masyarakat Desa Pandansari dengan berbagai jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan yang berbeda-beda. Teknik sampel menggunakan purposive sampling. Dengan penentuan jumlah responden menggunakan rumus slovin untuk menentukan ukuran sampel dalam suatu populasi. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan uji T (parsial) variabel persepsi masyarakat mengenai bank syariah dan keterjangkauan lokasi untuk mencapai bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan religiusitas masyarakat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Secara uji F (simultan) persepsi, religiusitas, dan keterjangkauan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah. Dan dari hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) bahwa persepsi, religiusitas, dan keterjangkauan lokasi mempengaruhi minat masyarakat Desa pandansari untuk menjadi nasabah di bank syariah sebesar 61,9%. Hal ini membuktikan bahwa tingkat minat masyarakat dalam menjadi nasabah di bank syariah tidak hanya dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut namun juga dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya.

**Kata Kunci:** Persepsi, Religiusitas, Keterjangkauan Lokasi, Minat Menjadi Nasabah, Bank Syariah

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "Analysis of the Influence of Perception, Religiosity, and Location Affordability on Public Interest in Becoming a Customer in a Sharia Bank (Case Study of the Community of Pandansari Village, Ngunut District, Tulungagung Regency)" written by Fitri Ni'matul Janah, NIM. 12401183022, Supervisor Muhammad Aqim Adlan, M. E. I.*

*This research is motivated by the large number of people who are Muslim in Indonesia and the existence of financial institutions whose operations are based on Islamic sharia principles. With the existence of financial institutions whose operations are based on Islamic law, it is hoped that they will be able to attract the interest of the public, especially those who are Muslim, to transact and take advantage of banks that are based on Islamic principles, namely Islamic banks to become customers in Islamic banks, so as to produce good and balanced feedback between parties. Islamic banks and customers. This study raises the issue of public perception of Islamic banks, religiosity, and location affordability to reach Islamic banks. This study aims to determine the perception, religiosity and affordability of the location of the interest of the community, especially the people of Pandansari Village in becoming customers in Islamic banks either partially or simultaneously. By distributing questionnaires to 100 respondents, the Pandansari Village community with different gender, age, last education, and different occupations. The sampling technique used purposive sampling. By determining the number of respondents using the Slovin formula to determine the sample size in a population. In this study using a quantitative approach and multiple linear regression analysis methods.*

*Based on the T test (partial) the variables of public perception about Islamic banks and the affordability of locations to reach Islamic banks have a positive and significant effect on people's interest in becoming customers in Islamic banks. Meanwhile, community religiosity has no positive and significant effect on people's interest in becoming customers in Islamic banks. In the F (simultaneous) test, perception, religiosity, and location affordability have a positive and significant effect on people's interest in becoming customers in Islamic banks. And from the calculation of the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) that perception, religiosity, and location affordability affect the interest of the Pandansari Village community to become customers at Islamic banks by 61.9%. This proves that the level of public interest in becoming a customer at an Islamic bank is not only influenced by these three variables but is also influenced by other variables.*

**Keywords:** *Perception, Religiosity, Location Affordability, Interest in Becoming a Customer, Islamic Bank.*