

## ABSTRAK

### **Naufal Mutsaqoful Fikri : Pengaruh Persepsi Dan *Religiusitas* Terhadap Minat Menggunakan Prioduk Dan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Palasari)**

Perbankan Syariah di Indonesia berkembang dengan cukup cepat, ini dibuktikan dengan mulai beredarnya cabang di beberapa wilayah serta mulai berkembangnya berbagai produk serta jasa perbankan syariah yang mampu menarik masyarakat dalam memutuskan untuk menggunakan perbankan syariah. Persoalan yang sering dijumpai di perbankan syariah saat ini adalah persaingan dengan perbankan konvensional yang dapat dilihat dari kurangnya minat masyarakat dalam memilih menggunakan produk dan jasa perbankan syariah dan lebih memilih menggunakan produk dan jasa perbankan konvensional. Seharusnya dengan jumlah populasi masyarakat kelurahan Palasari sebanyak 17.572 dan 98% diantaranya adalah beragama islam seharusnya jadi potensi pasar bagi perbankan syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi dan *religiusitas* terhadap minat masyarakat kelurahan Palasari dalam keputusan menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. Metode yang dipakai adalah metode kuantitatif dengan pengujian hipotesis pada analisis data yaitu regresi linear berganda, uji t parsial, uji f simultan serta koefisien determinasi. Penelitian ini memakai metode penyebaran kuesioner dalam teknik pengumpulan data dengan ketentuan sampel sebanyak 400 responden yang diperoleh dari teori Slovin. Pengolahan data penelitian ini dibantu menggunakan alat analisis SPSS Statistic Version 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan persepsi dan *religiusitas* terhadap minat masyarakat kelurahan Palasari dalam menggunakan produk dan jasa perbankan syariah. sebesar 71,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Implikasi dari penelitian ini melihat dari hasil penelitian yaitu perbankan syariah dituntut agar dapat bisa memperkenalkan lebih giat lagi produk dan jasa yang ada di perbankan syariah kepada masyarakat dengan cara memberikan informasi dan juga promosi, mengedukasi serta melakukan sosialisasi kepada masyarakat secara luas.

**Kata Kunci : Persepsi, *Religiusitas*, Minat Menggunakan Produk Dan Jasa Perbankan Syariah**