ABSTRACT

This study aims to discuss the influences that influence the interest in becoming a customer of Islamic banks in STIE Indonesia Banking School students. The independent variables obtained from the preliminary survey results are Islamic Financial Literacy, Religiosity, and Perception. While the dependent variable obtained is the interest in becoming a customer. Analysis testinduded normality test, linearity test, and multicolinierity test. Hypothesis test using multiple regression. The population is STIE Indonesia Banking School students, with a sample of 105 respondents. The sampling technique used purposive sampling. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that Islamic Financial Literacy has a significant positive effect on interest in becoming a customer, Religiosity has a significant positive effect on interest in becoming a customer, Perception has a significant positive effect on interest in becoming a customer.

Keywords*: Islamic Financial Literacy, Religiosity, Perception, and Interest in Becoming a Customer*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah pada mahasiswa STIE Indonesia Banking School. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Persepsi. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah minat menjadi nasabah. Uji prasyarat analisis yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji linieritas dan uji multikolinieritas. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi ganda. Populasinya adalah mahasiswa STIE Indonesia Banking School, dengan sampel 105 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah, Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah, Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Persepsi dan Minat Menjadi Nasabah.