

## ABSTRAK

Fenomena perbedaan sudut pandang masyarakat dalam memilih bank sebagai aktivitas keuangannya, ada yang memilih dari segi kenyamanan, religious, teknologi, kecepatan dalam bertransaksi, dan efisiensi produk pada bank tersebut. Akan tetapi jumlah penduduk Indonesia yang mayoritas memeluk Agama Islam tidak sebanding dengan jumlah masyarakat muslim yang memilih Bank Syariah sebagai tempat penghimpunan dananya tercatat di Otoritas Jasa Keuangan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, kepercayaan, reputasi, *power of mouth*, dan minat menabung di BCA syariah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini ialah nasabah yang ada di DKI Jakarta. Metode analisis data yang digunakan ialah uji analisis regresi linier berganda, uji F dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas, kualitas pelayanan, kepercayaan, reputasi, dan *power of mouth* tidak berpengaruh terhadap minat menabung di BCA Syariah. Secara simultan, religiusitas, kualitas pelayanan, kepercayaan, reputasi, dan *power of mouth* bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di BCA Syariah secara bersama-sama. Hasil penelitian ini memberikan implikasi manajemen praktisi dan akademisi yaitu perlu untuk mengembangkan inovasinya untuk membuat minat menjadi lebih tinggi ditambah lagi dengan adanya potensi yang ada, maka perlu untuk diprediksikan dan dimaksimalkan.

**Kata Kunci:** Perbankan Syariah, Minat Menabung, Perilaku Nasabah, BCA Syariah