

## ABSTRAK

### **Violanita Angga Astrini, 1950410067, Pengaruh Persepsi, Reputasi dan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Non-Muslim Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah di Blora,**

Sistem ekonomi syariah yang signifikan dengan sifat keuangan masyarakat akan membuat pengguna jasanya tertarik. Lembaga keuangan syariah diharapkan dapat menjalankan pangsa pasar sebagai bentuk sistem ekonomi alternatif. Tujuan dari penelitian ini untuk melihat minat masyarakat non-muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah melalui aspek persepsi, reputasi dan sosial. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Masyarakat non-muslim di Blora sebagai obyek dengan metode *simple random sampling* sebagai pengambilan sampel. Rumus Slovin menghasilkan 100 responden dari 14.084 jumlah masyarakat non-muslim di Blora. Analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Perhitungan dari uji t, menghasilkan variabel persepsi (X1), reputasi (X2) dan sosial (X3) berpengaruh positif terhadap minat non-muslim menjadi nasabah lembaga keuangan syariah (Y). Penelitian ini menjadi gambaran kepada lembaga keuangan syariah diharapkan menggalakkan sosialisasi untuk meningkatkan persepsi masyarakat mengenai pemahaman lembaga keuangan syariah, selain itu fokus pada produk yang sama atau produk lainnya untuk membangun reputasi lembaga keuangan syariah, dan memanfaatkan interaksi sosial masyarakat sebagai jembatan memasarkan produk agar lebih dikenal dan dipahami baik masyarakat muslim maupun non-muslim.

**Kata Kunci:** persepsi, reputasi, sosial, minat, lembaga keuangan syariah, non-muslim