

ABSTRAK

Maghfiratul Ni'mah, 2020510027, Pengaruh Religiusitas, Lokasi, dan *Word of Mouth Marketing* Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Pelaku Usaha Di Undaan Lor, Undaan)

Perkembangan Bank Syariah di Indonesia mengalami kenaikan setiap tahun, hal ini menunjukkan minat masyarakat terhadap bank syariah. Akan tetapi jumlah dpk bank syariah jika dibandingkan dengan bank konvensional masih jauh. untuk meningkatkan minat menabung di bank syariah dapat dilakukan melalui *pertama*, penerapan religiusitas Religiusitas dapat digunakan untuk meningkatkan minat menabung di bank syariah. *Kedua*, pemahaman dan pemasaran. Masyarakat harus memahami mekanisme perbankan syariah, bank dapat meningkatkan kesadaran Masyarakat dengan memberikan pemahaman dan mempromosikan produk secara langsung dan melalui media sosial. Dibeberapa penelitian Lokasi juga dapat memengaruhi minat menabung.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang: 1) pengaruh religiusitas terhadap minat menabung para pelaku usaha Undaan Lor di Bank Syariah, 2) pengaruh lokasi terhadap minat menabung pelaku usaha Undaan Lor di Bank Syariah. 3) pengaruh *Word Of mouth Marketing* terhadap minat menabung pelaku usaha Undaan Lor di Bank Syariah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Objek dalam penelitian adalah para pelaku usaha Undaan Lor, teknik sampling yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Sampel berjumlah 88 responden, dan pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menabung para pelaku usaha Undaan Lor di bank syariah dengan bukti hasil t hitung $3.101 > t$ tabel $1,992$, nilai sig. $0,003 < 0,05$. 2) terdapat pengaruh lokasi terhadap minat menabung para pelaku usaha Undaan Lor di bank syariah dengan bukti hasil t hitung $-2,566 > t$ tabel $1,992$, nilai sig $0,012 < 0,05$. Nilai negatif ini menunjukkan bahwa semakin jauh lokasi akan menurunkan minat menabungnya. 3) terdapat pengaruh *word of mouth marketing* terhadap minat menabung para pelaku usaha Undaan Lor di bank syariah dengan bukti hasil t hitung $5.508 > t$ tabel $1,992$, nilai sig. $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Religiusitas, Lokasi, *Word of Mouth*, Minat Menabung