

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari promosi, lokasi, fasilitas, dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah di bank syariah, serta menemukan dan menganalisis faktor lain yang mempengaruhi keputusan mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Diponegoro tidak menjadi nasabah di bank syariah.

Penelitian ini menggunakan populasi dari mahasiswa aktif program studi Ekonomi Islam Universitas Diponegoro dengan pengambilan sampel secara *purposive sampling* kepada mahasiswa yang belum menjadi nasabah bank syariah sebanyak 76 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 23 meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan, secara parsial variabel promosi, lokasi, dan fasilitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah, sedangkan untuk variabel religiusitas secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Secara simultan variabel promosi, lokasi, fasilitas, dan religiusitas berpengaruh terhadap variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Kata Kunci: *bank syariah, promosi, lokasi, fasilitas, religiusitas, keputusan menabung*