

ABSTRAK

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, namun masyarakat yang menjadi nasabah perbankan syariah masih tergolong sedikit. Hal ini juga disebabkan indeks literasi keuangan syariah masyarakat Indonesia masih sangat rendah, sehingga untuk meningkatkan keputusan masyarakat menggunakan produk perbankan, perlunya bank syariah dalam menciptakan citra yang baik kepada nasabahnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, literasi keuangan syariah dan citra merek islam terhadap keputusan mahasiswa bertransaksi di bank syariah (studi pada mahasiswa muslim universitas umum negeri di Jawa Tengah).

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa muslim di universitas umum negeri di Jawa Tengah. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online yang sesuai dengan kriteria penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dengan menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas dan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi di bank syariah, sementara citra merek islam secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi di bank syariah. Secara simultan religiusitas, literasi keuangan syariah dan citra merek islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi di bank syariah. Nilai *R square* sebesar 0,687 menunjukkan bahwa 68,7% keputusan bertransaksi di bank syariah dijelaskan oleh variabel independen dan sisanya sebesar 31,3 % dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata Kunci: religiusitas, literasi keuangan syariah, citra merek islam, keputusan bertransaksi, bank syariah