ABSTRAK

Indonesia memiliki jumlah penduduk muslim yang sangat besar. Penduduk muslim di Indonesia yang sangat besar tersebut tentunya akan mempengaruhi perilaku konsumen dari masyarakat untuk menggunakan layanan bank syariah. Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan fatwa tentang haramnya bunga bank membuat bank syariah lahir sebagai alternatif dari permasalahan bunga dan riba.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas, pendapatan, pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi di kota semarang untuk menggunakan bank syariah.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi di kota semarang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 191 responden dengan metode *purposive random sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS versi 23.

Hasil analisis data kuantitatif menunjukkan bahwa faktor religiusitas, promosi, dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah. Sedangkan variabel pendapatan dan pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah. Secara simultan hasil yang diperoleh dari variabel religiusitas, pendapatan, pelayanan, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Religiusitas, Pendapatan, Pelayanan, Promosi, Lokasi.