

ABSTRAK

Populasi umat muslim di Indonesia merupakan salah satu terbesar di dunia. Banyaknya umat muslim di Indonesia semestinya bisa dijadikan sebagai pengembangan basis perkembangan Bank Syariah terutama pada tempat umum pembelajaran ilmu pengetahuan agama seperti Pondok Pesantren. Namun pada kenyataannya di Pondok pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta masih sedikit santri yang menggunakan produk Bank syariah. Total santri mahasiswa yang ada disana hanya 11% santri yang menggunakan Bank Syariah. Penelitian ini dimaksud untuk mengetahui pengaruh variabel Religiusitas dan Promosi terhadap minat santri mahasiswa yang menggunakan produk Bank Syariah. Serta variabel promosi seberapa kuat memoderasi pengaruh religiusitas terhadap minat santri mahasiswa mempengaruhi minat santri mahasiswa menggunakan produk bank syariah.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif karena untuk mengkonfirmasi data yang didapatkan di lapangan dengan teori yang ada. Obyek penelitian yang digunakan adalah santri mahasiswa di Pondok Pesantren Wahid Hasyim yang menggunakan produk Bank Syariah. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 40 orang dengan metode pengumpulan data menggunakan angket kuisisioner. Hasil penelitian pengolahan data menunjukkan bahwa Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat santri mahasiswa, variabel Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat santri mahasiswa dan adanya Promosi mampu memoderasi hubungan Religiusitas terhadap minat santri mahasiswa dalam memilih menggunakan produk di Bank Syariah.

Kata kunci: *Religiusitas, Promosi, Minat*