ABSTRAK

Raudah. 2022. *Pengaruh Religiusitas, Islamic Branding dan Literasi Keuangan Syariah terhadap keptusan generasi milenial muslim dalam memilih jasa Bank Syariah dikota Banjarmasin.* Skripsi, Progam Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Muhammad Saleh, S.IP,SH,MA.

Kata Kunci : *Religiusitas, Islamic Branding, Literasi Keuangan Syariah, Keputusan*

Data CNBC menunjukan tingkat inklusi keuangan syariah masih sangat rendah dibanding jasa keuangan konvensional. Pengguna jasa tersebut sebagian generasi milenial muslim. Dimana generasi milenial yang telah mengetahui system Bank Syariah masih saja memilih Bank Konvensional. Tentunya terdapat faktor melatar belakanginya. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Religiusitas, *Islamic Branding* dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh terhadap keputusan generasi milenial muslim dalam memilih jasa Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini generasi milenial muslim di Kota Banjarmasin sebanyak 288,755 Teknik pengambilan sampel menggunakan *Random Sampling* dengan rumus slovin yang menghasilkan sampel 100 orang. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang dibuat dengan skala likert dan dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda menggunakan bantuan IBM SPSS 26 *for windows*.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji t dan uji F membuktikan bahwa, Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan generasi milenial muslim dalam memilih jasa Bank Syariah di Kota Banjarmasin. *Islamic Branding* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan generasi milenial muslim dalam memilih jasa Bank Syariah di Kota Banjarmasin dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan generasi milenial muslim dalam memilih jasa Bank Syariah di Kota Banjarmasin. Secara simultan (bersama-sama) Religiusitas, *Islamic Branding* dan Literasi Keuangan Syariah berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan generasi milenial muslim dalam memilih jasa Bank Syariah di Kota Banjarmasin.