

ABSTRAK

Gusti Auliya Rahmi. 2024. *Korelasi Segmentasi Konsumen Terhadap Minat Masyarakat Pada Perbankan Syariah Di Kelurahan Pangeran Kecamatan Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Drs. H. Nispan Rahmi, M.Ag

Kata Kunci: Segmentasi Konsumen, Minat, dan Perbankan Syariah.

Segmentasi adalah proses membagi pasar yang heterogen menjadi kelompok-kelompok yang homogen. Edukasi atau “*education*” dalam *Dictionary of Education* adalah kumpulan dari semua proses yang membangkitkan seseorang mengembangkan kemampuan-kemampuan, sikap-sikap, dan bentuk tingkah laku yang bernilai positif dalam masyarakat tempat ia hidup. Edukasi perbankan syariah juga memperhatikan aspek kognitif, sosial, emosional, estetika dan spiritual. Oleh karena itu perlu dibuat model edukasi perbankan syariah yang mengintegrasikan segmen konsumen dengan memperhatikan aspek-aspek kognitif, sosial, emosional, estetika dan spiritual. Perhatian terhadap aspek-aspek kognitif diperlukan mengingat pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah masih rendah sehingga perlu penyampaian informasi perbankan syariah dengan logis dan mudah diterima masyarakat.

Jenis dalam penelitian ini yaitu dengan metode kuantitatif. Disebut metode kuantitatif karena metode ini untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel data penelitian banyak menggunakan angka dan statistik. Dengan hasil sebagai berikut. Diketahui nilai t hitung adalah sebesar 7,273 > t tabel 2,100 maka berdasarkan keputusan melalui perbandingan tersebut, yang berarti ada nya efektivitas dalam rata-rata segmentasi konsumen dan model edukasi untuk membangun minat masyarakat terhadap perbankan syariah di kelurahan pangeran.