

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena masih rendahnya jumlah nasabah pembiayaan di perbankan syariah, hal ini dilihat dari masih kurangnya keberminatan masyarakat terutama pelaku UMKM untuk mengambil pembiayaan mikro di bank syariah. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui alasan minat nasabah memilih pembiayaan mikro dan pasar mana yang menjadi faktor paling dominan. Metode penelitian yang digunakan yaitu survei eksplanatori dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan mikro di BRI Syariah KCP Cimahi dengan sampel sebanyak 136 responden dengan teknik *simple random sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu metode analisis CFA (*Confirmatory Factor Analysis*) dengan menggunakan Lisrel. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, pasar rasional, pasar emosional dan pasar spiritual berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam memilih pembiayaan mikro, pasar yang paling dominan yaitu pasar rasional. Implikasi yang didapatkan dari penelitian ini bila persepsi nasabah pada pasar rasional, pasar emosional dan pasar spiritual semakin tinggi, maka semakin tinggi minat nasabah dan berdampak tingginya jumlah nasabah bank syariah.

**Kata Kunci:** Pasar Rasional, Pasar Emosional, Pasar Spiritual, Minat Nasabah

## **ABSTRACT**

*This research is motivated by the phenomenon of the low number of customers of financing in sharia banking, this is seen from the lack of public interest, especially the perpetrators of SMEs to take micro financing in Islamic banks. The purpose of this research is to know the reason of interest of customer choose micro financing and which market become the most dominant factor. The research method used is explanatory survey with data collection technique through questionnaire. Population in this research is micro financing customer in BRI Syariah KCP Cimahi with sample counted 136 respondents with simple random sampling technique. Data analysis technique used is method analyst CFA (Confirmatory Factor Analysis) by using Lisrel. The research findings show that the rational market, the emotional market and the spiritual market have a positive and significant impact on customers' interest in choosing microfinance, the most dominant market is the rational market. The implications obtained from this research if the perception of customers on the market rational, emotional market and spiritual market is higher, the higher the interest of customers and the impact of high number of customers of sharia banks*

**Keywords:** *Rational Market, Emotional Market, Spiritual Market, Customer Interest*

