

ABSTRAK
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH BERGABUNG DI
BMT MUTIARA SAKINAH PEKANBARU

WINDA SARIFUDIN NST
142310190

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin berkembangnya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Indonesia, salah satunya yakni dengan berdirinya Bait Al-Maal wa At-Tamwil (BMT). BMT merupakan suatu lembaga keuangan yang bersifat mikro atau kecil dengan menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT. Kesadaran masyarakat mengenai lembaga dan transaksi yang sesuai syariah kini menjadi suatu pertimbangan penting bagi pihak lembaga untuk berpacu menarik minat nasabah bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru dan faktor mana yang paling dominan mempengaruhinya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru dan faktor mana yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah tersebut. Kerangka teori dalam penelitian ini adalah bahwa faktor yang mempengaruhi minat nasabah yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor bauran pemasaran jasa. Jenis penelitian yang digunakan adalah desain kausalitas. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru dari tahun 2012-2016 dengan sampel sebanyak 56 orang. Teknik pengambilan sampel dengan cara random sampling. Sedangkan teknik pengumpulan data adalah observasi dan kuesioner. Untuk menganalisis data digunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Dalam menganalisis data kuantitatif digunakan analisis regresi linier berganda di mana proses penghitungannya menggunakan SPSS for Windows Versi 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru adalah faktor kebudayaan dengan nilai sebesar 1,047, faktor sosial dengan nilai sebesar -1,016, faktor pribadi dengan nilai sebesar 4,004 faktor psikologi sebesar 5,024, dan faktor bauran pemasaran jasa dengan nilai sebesar -0.485, dan dapat diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi minat nasabah bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru adalah faktor psikologis (X5) sebesar 5,024.

Kata Kunci: Minat, BMT, LKS, Ekonomi Syariah.

ABSTRACT
FACTORS THAT INFLUENCE THE INTEREST OF CUSTOMERS JOINED IN THE
BMT MUTIARA SAKINAH PEKANBARU

WINDA SARIFUDIN NST
142310190

This research is based on the development of Sharia Financial Institution (LKS) in Indonesia, one of which is the establishment of Bait Al-Maal wa At-Tamwil (BMT). BMT is a financial institution that is micro or small by using profit sharing system in accordance with the provisions of Allah SWT. Public awareness of sharia-compliant institutions and transactions is now an important consideration for the parties institutions to race to attract customers to join BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru. The formulation of the problem in this research is what factors that influence the interest of customers join in BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru and which factors are the most dominant influence it. The purpose of this study to determine what factors affect the interests of customers join in BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru and which factors are the most dominant influence the interest of these customers . Theoretical framework in this research is that the factors that influence the interest nasabah namely cultural factors, social factors, personal factors, psychological factors, and marketing service mix factors . The type of research used is the design of causality. The type of data used in this study is primary data and secondary data. The population in this study are all customers who joined BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru from 2012-2016 with a sample of 56 people. Sampling technique by random sampling. While data collection techniques are observations and questionnaires. To analyze the data used qualitative and quantitative analysis. In analyzing the quantitative data used multiple linear regression analysis in which the calculation process used SPSS for Windows Version 23.0. The results showed that the five factors that influence the interest of customers to join in BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru is a factor of kebudayaan with a value of 1.047 , social factors with a value of -1.016 , pr pronoun factor with a value of 4,004 psychological factor of 5,024 , and marketing mix factor services with a value of -0.485, and it can be seen that the most dominant factor affecting the interest of customers join in BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru is psychological factor (X5) of 5,024.

Keywords: Factors, Interest, BMT, LKS, Islamic Economic