

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Sholawat beserta salam semoga tetap tercurah bagi Nabi Muhammad SAW dan selaku ummat Islam semoga kita mampu menjalankan setiap sunnah Rasul termasuk sunnah dalam bidang pengembangan ekonomi umat berdasarkan Syariah Islam sebagaimana yang telah dicontohkannya beserta para sahabat, tabi'it dan tabi'in.

Seperti yang kita ketahui bahwa perkembangan Lembaga Keuangan Syariah (LKS) di Indonesia mengalami adanya peningkatan yang cukup signifikan, salah satunya adalah dengan berdirinya *Bait Al-Maal wa At-Tamwil* (BMT) yang merupakan sebuah lembaga keuangan yang bersifat *mikro* atau kecil. BMT adalah suatu lembaga keuangan *mikro* yang berbasis syariah, dimana sistemnya menggunakan sistem bagi hasil yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan Allah SWT. Salah satunya adalah *Bait Al-Maal wa At-Tamwil* (BMT) Mutiara Sakinah Pekanbaru. Berdasarkan data yang diperoleh dari BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru, jumlah nasabah mengalami adanya peningkatan dari tahun 2012-2016. Tentunya ada faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk memilih BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru, baik yang disebabkan oleh faktor internal maupun eksternal.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari tentunya masih banyak terdapat kekurangan. Dengan keterbatasan kemampuan dan cakrawala berfikir serta keterbatasan waktu dan kesempatan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bergabung di BMT Mutiara Sakinah Pekanbaru.**”

Dalam penulisan ini penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan dan motivasi secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor Universitas Islam Riau Bapak Prof. Dr. Syafrinaldi, SH., M.C.L
2. Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Bapak Dr. Zulkifli, MM., ME. Sy.
3. Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak.
4. Bapak Dr. Zulkifli, MM., ME. Sy dan Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak dan ibu dosen pengajar yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama perkuliahan. Dan semua pegawai Tata Usaha yang dalam hal ini banyak membantu dalam menyelesaikan segala urusan administrasi.

Semoga dengan bantuan dan kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas oleh Allah SWT. Dan penulis berharap kritik dan saran yang membangun karena penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga skripsi ini memberikan manfaat kepada penulis dan pembaca sekalian.

Pekanbaru, 22 Februari 2018

Penulis

**Winda Sarifudin Nasution**  
**NPM : 142310190**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS</b> .....	13
A. Minat .....	13
1. Pengertian Minat .....	11
2. Faktor-faktor Minat .....	16
3. Sifat-sifat dan Karakter Minat .....	16
B. Perilaku Konsumen.....	17
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	17
2. Perilaku Konsumen Islam .....	18
C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	19
1. Faktor Kebudayaan .....	19
2. Faktor Sosial .....	20
3. Faktor Pribadi .....	21
4. Faktor Psikologis .....	22
5. Faktor Bauran Pemasaran Jasa .....	23



D. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	25
E. <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> .....	28
1. Pengertian <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	28
2. Visi dan Misi <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	29
3. Tujuan <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	30
4. Fungsi <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	30
5. Keunggulan <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	32
6. Ciri-ciri Utama <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	32
7. Produk dan Jasa <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	33
8. Landasan Hukum <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> .....	41
F. Tinjauan Penelitian Relevan .....	42
G. Konsep Operasional .....	44
H. Variabel Operasional .....	45
I. Kerangka Konseptual.....	46
J. Hipotesis .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Waktu dan Lokasi Penelitian .....	48
C. Populasi dan Sampel .....	49
D. Subjek dan Objek Penelitian .....	50
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	50
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENELITIAN</b> .....	57
A. Gambaran Umum <i>Bait Al-Maal wa At- Tamwil</i> .....	57
B. Deskripsi Data.....	66
C. Analisis Data.....	75
D. Pembahasan Hasil Temuan.....	83

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan .....	85
B. Saran.....	86

**DAFTAR KEPUSTAKAAN**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Data Nama-nama Total Nasabah dari Tahun 2012-2016.....	8
Tabel 2	: Data Nama-nama Nasabah Tabungan Tahun 2012-2016.....	8
Tabel 3	: Data Nasabah yang Melakukan Pembiayaan Murabahah dari Tahun 2012-2016.....	9
Tabel 4	: Variabel Operasional Penelitian.....	44
Tabel 5	: Jadwal Kegiatan Penelitian.....	48
Tabel 6	: Alternatif Pilihan Jawaban .....	52
Tabel 7	: Interpretasi Koefisien Korelasi .....	55
Tabel 8	: Jenis Kelamin Responden Nasabah <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> Mutiara Sakinah Pekanbaru.....	67
Tabel 9	: Umur Responden Responden Nasabah <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> Mutiara Sakinah Pekanbaru.....	67
Tabel 10	: Status Responden Nasabah <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> Mutiara Sakinah Pekanbaru.....	68
Tabel 11	: Tingkat Pendidikan Terakhir Responden Nasabah <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> Mutiara Sakinah Pekanbaru .....	68
Tabel 12	: Jenis Pekerjaan Responden Nasabah <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> Mutiara Sakinah Pekanbaru.....	68
Tabel 13	: Tingkat Pendapatan Responden Nasabah <i>Bait Al-Maal wa At-Tamwil</i> Mutiara Sakinah Pekanbaru.....	69
Tabel 14	: Rekapitulasi Data Angket Variabel Kebudayaan (X1) .....	70
Tabel 15	: Rekapitulasi Data Angket Variabel Sosial (X2).....	71
Tabel 16	: Rekapitulasi Data Angket Variabel Pribadi (X3).....	71
Tabel 17	: Rekapitulasi Data Angket Variabel Psikologis (X4).....	72
Tabel 18	: Rekapitulasi Data Angket Variabel Bauran Pemasaran Jasa(X5).....	73
Tabel 19	: Rekapitulasi Data Angket Variabel Minat Nasabah (Y) .....	74
Tabel 20	: Hasil Uji Validitas .....	75
Tabel 21	: Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Tabel 22	: Analisis Regresi Berganda .....	77

Tabel 23 : Perhitungan Uji-t .....	79
Tabel 24 : Perhitungan Uji-F .....	81
Tabel 25 : Analisis Korelasi .....	82



Dokumen ini adalah Arsip Miik :  
**Perpustakaan Universitas Islam Riau**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	: Proses Pembelian Keputusan Konsumen.....	25
Gambar 2	: Kerangka Konseptual.....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Penetapan Dosen Pembimbing
- Lampiran 2 : Surat Izin Riset/Penelitian dari Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Syariah
- Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian dari *Bait Al-Maal wa At-Tamwil* Mutiara Sakinah Pekanbaru
- Lampiran 4 : Angket
- Lampiran 5 : Laporan Keuangan RAT *Bait Al-Maal wa At-Tamwil* Mutiara Sakinah Pekanbaru
- Lampiran 6 : Tabulasi Tanggapan Responden Faktor Kebudayaan (X1)
- Lampiran 7 : Tabulasi Tanggapan Responden Faktor Sosial (X2)
- Lampiran 8 : Tabulasi Tanggapan Responden Faktor Pribadi (X3)
- Lampiran 9 : Tabulasi Tanggapan Responden Faktor Psikologi (X4)
- Lampiran 10 : Tabulasi Tanggapan Responden Faktor Bauran Pemasaran Jasa (X5)
- Lampiran 11 : Tabulasi Tanggapan Responden Minat Nasabah (Y)
- Lampiran 12 : Total Tanggapan Responden Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah bergabung di *Bait Al-Maal wa At-Tamwil* Mutiara Sakinah Pekanbaru
- Lampiran 13 : *Reliability Statistic*
- Lampiran 14 : Hasil Output Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 15 : *Reliability Analysis- Scale (Alpha) Item-Total Statistics*

## 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**