

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Definisi, Lokasi, dan Macam Produk Lembaga Keuangan Syariah terhadap Minat Memilih Produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung” ini ditulis oleh Sri Wulansari, NIM 17401153288, dengan pembimbing Dyah Pravitasari, S.E., M.SA.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya sebuah perilaku konsumen. Cara yang dapat digunakan dalam meningkatkan perilaku konsumen yaitu dengan meningkatkan minat calon anggota. Minat calon anggota dapat dipengaruhi dengan pengetahuan, lokasi, dan macam produk. Pengetahuan yang dimiliki akan mempengaruhi minat untuk menggunakan produk yang ditawarkan BMT. Selain itu, lokasi yang strategis juga akan meningkatkan minat calon anggota dalam memilih produk di BMT. Begitu juga dengan berbagai macam produk yang ditawarkan, semakin beragam produknya semakin meningkat pula minat calon anggota yang menggunakan produk BMT.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah 1). Untuk menguji pengaruh pengetahuan tentang definisi lembaga keuangan syariah terhadap minat memilih produk, 2). Untuk menguji pengaruh pengetahuan tentang lokasi lembaga keuangan syariah terhadap minat memilih produk, 3). Untuk menguji pengaruh pengetahuan tentang macam produk lembaga keuangan syariah terhadap minat memilih produk, 4). Untuk menguji pengaruh pengetahuan tentang definisi, lokasi, dan macam produk lembaga keuangan syariah terhadap minat memilih produk,

Metode dalam penelitian skripsi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik sampel dalam penelitian skripsi ini adalah *Simple Random Sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 86 responden dari mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi di Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan PGRI Tulungagung. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan penyebaran angket, observasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pengetahuan mahasiswa tentang definisi lembaga keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung, 2). Pengetahuan mahasiswa tentang lokasi lembaga keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung, 3). Pengetahuan mahasiswa tentang macam produk lembaga keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung, 4). Pengetahuan mahasiswa tentang definisi, lokasi, dan macam produk lembaga keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

Kata Kunci: Pengetahuan,Lokasi, Produk, Mahasiswa, Minat

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Student Knowledge about the Definition, Location, and Types of Islamic Financial Institution Products on the Interest in Choosing Products at Istiqomah Plosokandang Tulungagung BMT" was written by Sri Wulansari, NIM 17401153288, State with supervisor Dyah Pravitasari, SE, M.SA.

This research is motivated by the importance of a consumer behavior. Ways that can be used in improving consumer behavior are by increasing the interest of prospective members. The interest of prospective members can be influenced by the knowledge, location and type of product. Knowledge possessed will influence interest in using products offered by BMT. In addition, the strategic location will also increase the interest of prospective members in choosing products at BMT. Likewise with the various types of products offered, the more diverse products are also increasing the interest of prospective members who use BMT products.

The purpose of this study is 1). To test the effect of knowledge about the definition of Islamic financial institutions on the interest in choosing products, 2). To test the effect of knowledge about the location of Islamic financial institutions on the interest in choosing products, 3). To test the effect of knowledge about the types of products of Islamic financial institutions on the interest in choosing products, 4). To test the effect of knowledge about the definition, location, and types of products of Islamic financial institutions on the interest in choosing products.

The method in this thesis research uses a quantitative approach with the type of associative research. The sample technique in this thesis research is Simple Random Sampling. The sample in this study were 86 respondents from students of Economic Education study programs at the College of Teacher Training and Education PGRI Tulungagung. Data collection techniques using questionnaires, observation and documentation. While for data analysis in this using validity test, reliability test, classic assumption test, normality test, multiple linear regression test, hypothesis test and test coefficient of determination

The results of this study indicate that: 1) Students' knowledge of the definition of Islamic financial institutions has a positive and significant effect on the interest in choosing products at BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung, 2). Student knowledge about the location of Islamic financial institutions has a positive and significant influence on the interest in choosing products at the Istiqomah Plosokandang Tulungagung BMT, 3). Student knowledge about the types of Islamic financial institutions products has a positive and significant influence on the interest in choosing products at the Istiqomah Plosokandang Tulungagung BMT, 4). Students' knowledge of the definition, location, and types of Islamic financial institutions products have a positive and significant influence on the interest in choosing products at BMT Istiqomah Plosokandang Tulungagung.

Keywords: *Knowledge, Location, Products, Students, Interests*