ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Pengaruh Reputasi, Keramahan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Anggota untuk Menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek" ini ditulis oleh Anggraini Puspita Dewi, NIM 17401163519, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung yang dibimbing oleh Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat persaingan yang cukup ketat diantara lembaga keuangan mikro syariah khususnya BMT. Untuk bisa memenangkan persaingan, setiap BMT harus bisa menarik minat anggotanya untuk menabung. Dengan minat menabung yang tinggi dari anggotanya akan menjadikan suatu BMT bisa bersaing, bertahan dan menguasai pangsa pasar. Dalam meningkatkan minat menabung, pihak BMT bisa menempuh berbagai cara diantaranya dengan menjaga reputasi dan nama baik lembaga, kemudian bersikap ramah sehingga akan memberikan kesan yang baik kepada anggota yang menabung. Serta meningkatkan kualitas produk khususnya produk tabungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi, keramahan dan kualitas produk terhadap minat anggota untuk menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, serta untuk mengetahui perbandingan BMT manakah yang memiliki pengaruh minat menabung yang paling unggul. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner dengan menggunakan teknik sampling insidental, Sampel pada penelitian ini berjumlah 97 responden di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan 84 responden di Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert, data diolah menggunakan software SPSS versi 21, teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji T, Uji F dan Uji Koefesien Determinasi. Hasil penelitian pada uji T dan uji F menunjukkan bahwa variabel reputasi, keramahan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota untuk menabung di KSPPS BMT Peta Trenggalek dan Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, serta dari hasil uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa KSPPS BMT Peta memiliki pengaruh minat menabung yang lebih unggul daripada Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

Kata Kunci: Reputasi, Keramahan, Kualitas Produk, Minat Anggota untuk Menabung

ABSTRACT

Thesis with tittle "Influence of Reputation, Friendliness and Products Quality on Interest of Members to Save in KSPPS BMT Peta Trenggalek and Kopsyah BMT Berkah Trenggalek" is written by Anggraini Puspita Dewi, NIM 17401163519, Departement of Sharia Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, IAIN Tulungagung, which is guided by Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

This research is based on a fairly intense level of competition among Sharia microfinance institutions, especially BMT. In order to win the competition, each BMT must be able to attract its members to save money. With a high interest in saving from its members will make a BMT can compete, survive and control market share. In increasing the interest of saving, BMT can go a variety of ways, including by maintaining the reputation and good name of the institution, Then give Friendliness so that it will give a good impression to the members who are saving. As well as improving the quality of products, especially savings products.

This research aims to find out the effect of reputation, friendliness and product quality on members' interest in saving at KSPPS BMT Peta Trenggalek and Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, and then to find out which of BMT has the most superior effect on interest in saving. This study uses quantitative approaches and types of associative research. Data retrieval technique using questionnaire using incidental sampling technique, Sample in this study numbered 97 respondents in KSPPS BMT Peta Trenggalek and 84 respondents in Kopsyah BMT Berkah Trenggalek, the measurement scale used is likert scale, data processed using SPSS software version 21, data analysis technique used is validity test, reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis , Test T, Test F and Coefficient Determination Test. The results showed that variable reputation, friendliness and product quality had a positive and significant effect on members' interest in saving at KSPPS BMT Peta Trenggalek and Kopsyah BMT Blessing Trenggalek, and then as well as from coefficient of determination test results show that KSPPS BMT Peta Trenggalek has the most superior saving interest effect than Kopsyah BMT Berkah Trenggalek.

Keywords: Reputation, Friendliness, Product Quality, Member's Interest in Saving