

ABSTRAK

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Budaya, Faktor Pribadi, dan Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung”** ini ditulis oleh Oky Rian Sagita, NIM. 12401173507, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Dibimbing oleh Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perilaku manusia untuk menjalankan hidupnya yang tidak lepas dari aktivitas kegiatan ekonomi, sehingga ekonomi merupakan bagian yang telah melekat dari kehidupan, maka semua bentuk aktivitas ekonomi haruslah berada dalam lingkup ajaran Islam. Ekonomi Islam atau ekonomi syariah yang memperjuangkan sistem bebas ribanya dipandang sebagai solusi untuk memecahkan serangkaian masalah perekonomian yang dipercayai disebabkan oleh sistem bunga. Disini perbankan syariah berperan penting dalam memperjuangkan sistem ekonomi syariah yang sesungguhnya. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 2) untuk mengetahui pengaruh faktor budaya terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 3) untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 4) untuk mengetahui pengaruh faktor gaya hidup terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 5) untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, faktor gaya hidup secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan sumber data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yaitu nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling*, dengan menggunakan sampel sebanyak 99 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diuji dengan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel 1) faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 2) faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 3) faktor Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 4) faktor gaya hidup

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 5) faktor sosial, faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Bmt Pahlawan Ngemplak Tulungagung dan Bmt Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Kata kunci: Faktor Sosial, Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Gaya Hidup , Keputusan Menjadi Nasabah

ABSTRACT

*Thesis with the title "**The Influence of Social Factors, Cultural Factors, Personal Factors, and Lifestyle Factors on the Decision to Become a Customer of BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung**" this was written by Oky Rian Sagita, NIM. 12401173507, Department of Sharia Banking, Faculty of Economics and Sharia Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Supervised by Dr. Sutopo, M.Pd.*

This research is motivated by human behavior in carrying out their lives which cannot be separated from economic activities, so that the economy is an inseparable part of life, then all forms of economic activity must be within the scope of Islamic teachings. Islamic economics or Islamic economics that fights for a usury-free system is seen as a solution to solve a series of economic problems that are believed to be caused by the interest system. Here Islamic banking plays an important role in fighting for the real Islamic economic system. This study aims 1) to determine the influence of social factors on the decision to become a customer of BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 2) to determine the influence of cultural factors on the decision to become a customer of BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 3) to determine the effect of personal factors on the decision to become a customer of BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 4) to determine the influence of lifestyle factors on the decision to become a customer of BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 5) to determine the influence of social factors, cultural factors, factors personal, lifestyle factors simultaneously on the decision to become a customer of BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung

The research method in this study used quantitative methods, with data sources obtained from distributing questionnaires directly to respondents, namely customers at BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. The sampling technique used is non-method probability sampling, using a sample of 99 respondents. Analysis of the data in this study using multiple linear regression analysis which was tested with validity test, reliability test, normality test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test, and determinant coefficient test.

The results of this study partially show that 1) social factors have a positive and significant effect on the decision to become a customer of BMT Pahlawan Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 2) cultural factors have a positive and significant effect on the decision to become a customer. at BMT Heroes Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 3) factor Personal positive and significant impact on the decision as a customer BMT Heroes Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 4) lifestyle factors positive and significant impact on the decision of a customer at BMT Heroes Ngemplak Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung, 5) social factors, cultural factors, personal factors, and lifestyle factors have a positive and significant impact on the

decision to become a customer at Bmt Pahlawan Ngemplak Tulungagung and Bmt Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Keywords: Social Factors, Cultural Factors, Personal Factors, Lifestyle Factors, Decision to Become a Customer