

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Minat Pelaku Usaha menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Pedagang di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar)”, ini ditulis oleh Widya Yustika Sari, NIM. 12401173409, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Pembimbing Prof. Dr. Iffatin Nur, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan praktik perbankan syariah di Indonesia yang telah menunjukkan pertumbuhan dan tentu mendapat peluang besar untuk menarik minat kepada pelaku usaha di pasar supaya menggunakan jasa perbankan syariah. Namun, kecenderungan pelaku usaha memilih bank konvensional masih tergolong tinggi. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi minat pedagang sebagai pelaku usaha seperti faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut dapat dirumuskan pokok permasalahan yaitu apakah faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar untuk menjadi nasabah di bank syariah, apakah faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar untuk menjadi nasabah di bank syariah, apakah faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar untuk menjadi nasabah di bank syariah dan apakah faktor psikologis berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar untuk menjadi nasabah di bank syariah. Dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara parsial maupun simultan terhadap minat pedagang di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar untuk menjadi nasabah bank syariah.

Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan sumber data diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden yaitu pedagang di Pasar Wlingi Kabupaten Blitar. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah metode *simple random sampling*, dengan menggunakan sampel sebanyak 93 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diuji dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinan.

Hasil penelitian dengan SPSS 21.0 dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan secara simultan atau secara bersama-sama variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

**Kata kunci: Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, Minat menjadi nasabah.**

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Influence of Cultural, Social, Personal and Psychological Faktors on the Interests of Business Actors to Become Customers at Islamic Banks (Case Study on Traders at Wlingi Market, Blitar Regency)", was written by Widya Yustika Sari, NIM. 12401173409, Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business. Tulungagung State Islamic Institute. Advisor Prof. Dr. Iffatin Nur, M. Ag.*

*This research is motivated by the development of Islamic banking practices in Indonesia which have shown growth and certainly have a great opportunity to attract business actors in the market to use Islamic banking services. However, the tendency of business actors to choose conventional banks is still relatively high. This is caused by several factors that influence the interest of traders as business actors such as cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors. Based on the background explanation, it can be formulated the main problem, namely whether cultural factors have a significant effect on the interest of traders in Wlingi Market, Blitar Regency to become customers in Islamic banks, whether social factors have a significant effect on the interest of traders in Wlingi Market, Blitar Regency to become customers in Islamic banks, whether personal factors have a significant effect on the interest of traders in the Wlingi Market in Blitar Regency to become customers in Islamic banks and whether psychological factors have a significant effect on the interest of traders in the Wlingi Market in Blitar Regency to become customers in Islamic banks. With the aim of knowing the influence of cultural, social, personal and psychological factors partially or simultaneously on the interest of traders in Wlingi Market, Blitar Regency to become sharia bank customers.*

*The research method in this study uses quantitative methods, with data sources obtained from distributing questionnaires directly to respondents, namely traders at Wlingi Market, Blitar Regency. The sample collection technique used is a simple random sampling method, using a sample of 93 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 the study with SPSS 21.0 can be concluded that partially the variables of cultural, social, personal, and psychological factors have a positive and significant effect on interest in becoming customers in Islamic banks. Meanwhile, simultaneously or jointly the variables of cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors have a positive and significant effect on interest in becoming customers in Islamic banks.*

***Keywords: Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, Interest in becoming a customer.***