

ABSTRAK INDONESIA

Skripsi dengan judul “Pengaruh Sosialisasi, Persepsi dan Citra Lembaga Terhadap Motivasi Nasabah Untuk Menabung di BMT Pahlawan Tulungagung” ditulis oleh Retno Dwi Setyoningtias, NIM 2823133170. Pembimbing Qomarul Huda, M.Ag

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih banyaknya masyarakat yang kurang percaya untuk menyimpan dananya pada sebuah lembaga keuangan khususnya pada BMT. Motivasi nasabah untuk menabung dipengaruhi oleh beberapa variabel diantaranya variabel sosialisasi, persepsi dan citra lembaga. Motivasi menabung adalah sebagai kecenderungan individu untuk bertindak sebelum memilih untuk mengambil keputusan menjadi nasabah meliputi ketertarikan, keinginan dan keyakinan. Ketertarikan ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk ingin menjadi nasabah BMT Pahlawan Tulungagung.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini (1) Apakah sosialisasi berpengaruh terhadap motivasi nasabah untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung? (2) Apakah persepsi berpengaruh terhadap motivasi nasabah untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung? (3) Apakah citra lembaga berpengaruh terhadap motivasi nasabah untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung? (4) Apakah sosialisasi, persepsi, dan citra lembaga secara bersama-sama berpengaruh terhadap motivasi nasabah untuk menabung di BMT Pahlawan Tulungagung ?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Sampel yang diambil yaitu nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung sebanyak 100 nasabah. Metode pengumpulan dana yaitu menggunakan metode angket, observasi dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data menggunakan alat bantu SPSS 20.0 menggunakan uji regresi linier berganda dengan tahap sebagai berikut: (1) uji validitas dan reliabilitas, (2) uji normalitas data, (3) uji asumsi klasik, (4) uji regresi linier berganda, (5) uji hipotesis. Dari pengujian SPSS diperoleh persamaan regresi.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel sosialisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi menabung sedangkan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi menabung dan citra lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi menabung. Kemudian melalui uji f dapat diketahui bahwa variabel sosialisasi, persepsi dan citra lembaga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi menabung. Angka R square sebesar 0,097 menunjukkan bahwa 9,7% motivasi menabung di BMT Pahlawan Tulungagung dapat dipengaruhi oleh sosialisasi, persepsi dan citra lembaga sedangkan sisanya 90,3% motivasi nasabah di BMT Pahlawan Tulungagung dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Kata Kunci : Sosialisasi, Persepsi, Citra Lembaga dan Motivasi Menabung.

ABSTRAK INGGRIS

Thesis entitled "*The Influence of Socialization, Perception and Image of Against Customer Motivation for Saving in BMT Pahlawan Tulungagung*" written by Retno Dwi Setyoningtias, NIM 2823133170. The supervisor of Qomarul Huda, M.Ag.

This research is motivated by the many people who lack trust to save the funds at a financial institution especially on BMT. Client's motivation to save is influenced by several variables such as socialization, perception and institution image. The motivation of saving is as an individual's inclination to act before choosing to make a decision to become a customer including interests, desires and beliefs. Interest is shown by the urge to become a customer BMT Pahlawan Tulungagung.

Formulation of the problem in writing this essay (1) Does the socialization affect the motivation of customers to save in BMT Pahlawan Tulungagung? (2) Do perceptions affect the motivation of customers to save in BMT Pahlawan Tulungagung? (3) Does the institution image affect the motivation of customers to save in BMT Pahlawan Tulungagung? (4) Is the socialization, perception, and image of the institution together affect the motivation of customers to save in BMT Pahlawan Tulungagung?

The method used in this study is a quantitative approach and the type of research used is associative research. Samples taken are customers in BMT Pahlawan Tulungagung as many as 100 customers. The method of fundraising is using questionnaire, observation and documentation method. While the data analysis technique using SPSS 20.0 tools using multiple linear regression test with the following stages: (1) validity and reliability test, (2) data normality test, (3) classical assumption test, (4) multiple linear regression test, 5) hypothesis test. From SPSS testing obtained regression equation.

Hypothesis testing using t test shows that socialization variable have positive and significant effect to saving motivation while perception have positive and significant effect to saving motivation and institution image have positive significant effect to saving motivation. Then through the test f can be seen that the variables of socialization, perception and image of institutions together have a significant effect on the motivation of saving. R square figure of 0.097 indicates that 9.7% motivation to save in BMT Tulungagung Pahlawanes can be influenced by socialization, perception and image of the institution while the remaining 90.3% of customer motivation in BMT Tulungagung Pahlawan is influenced by other variables outside the research.

Keywords: Socialization, Perception, Institutional Image and Motivation of Saving.