

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Pengetahuan Konsumen dan Perilaku Konsumen dalam Pemilihan Produk Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Tulungagung” ini di tulis oleh Fransiska Novitasari, NIM. 1741143139, Pembimbing Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya perbedaan pengetahuan konsumen yang dimiliki konsumen menjadikan konsumen atau nasabah semakin selektif pada saat pengambilan keputusan untuk menggunakan produk pembiayaan di Baitul Maal Wat Tamwil sahara. Selain itu, adanya perbedaan perilaku konsumen dalam pemilihan produk pembiayaan menjadikan masyarakat nasabah bmt tidak lagi semata-semata menghitung untung atau rugi.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengetahuan konsumen dalam melakukan pemilihan produk pembiayaan BMT Sahara Kauman Tulungagung, menguji perilaku konsumen dalam melakukan pemilihan produk pembiayaan BMT Sahara Kauman Tulungagung, serta menguji pengaruh pengetahuan konsumen dan perilaku konsumen dalam melakukan pemilihan produk pembiayaan BMT Sahara Kauman Tulungagung.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Metode analisisnya menggunakan regresi linier berganda, uji yang digunakan adalah uji : uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, kemudian uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini adalah, (1) pengetahuan konsumen berpengaruh positif signifikan dalam pemilihan produk pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung. (2) perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan dalam pemilihan produk pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung. (3) secara bersama-sama pengetahuan konsumen dan perilaku konsumen berpengaruh positif signifikan dalam pemilihan produk pembiayaan Baitul Maal Wat Tamwil Sahara.

Kata kunci :PengetahuanKonsumen, PerilakuKonsumen, ProdukPembiayaan

## **ABSTRACT**

Thesis entitled "The Influence of Consumer Knowledge and Consumer Behavior in Product Selection of *Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Tulungagung*" was written by Fransiska Novitasari, NIM. 1741143139, Supervisor Dyah Pravitasari, S.E., M, S.A.

This research is based on the difference of consumer's knowledge that consumers make consumers or customers more selective when making decision to use financing product in Baitul Maal Wat Tamwil sahara. In addition, the differences in consumer behavior in the selection of financing products make the customer community bmt no longer merely calculate profit or loss.

The purpose of this research is to test consumer knowledge in choosing financing product BMT Sahara Kauman Tulungagung, to test consumer behavior in choosing financing product BMT Sahara Kauman Tulungagung, and to test influence pengetahaun consumer and consumer behavior in choosing financing product BMT Sahara Kauman Tulungagung.

This research uses quantitative approach and type of associative research. The method of analysis using multiple linear regression, the test used is test: validity and reliability test, classical assumption test consist of multicollinearity test, heteroscedasticity test, and multiple linear regression test, hypothesis test and coefficient of determination.

The results of this study are, (1) consumer knowledge have a significant positive effect in the selection of financing products Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung. (2) consumer behavior have a significant positive effect in the selection of financing products Baitul Maal Wat Tamwil Sahara Kauman Tulungagung. (3) together consumer knowledge and consumer behavior have a significant positive effect in the selection of Baitul Maal Wat Tamwil Sahara financing product.

Keywords: Consumer Knowledge, Consumer Behavior, Financing Products