

ABSTRAK

Oleh Wardatul Jannah NIM. 150721100120 Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura

Penelitian yang berjudul “**Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berbisnis Digital Berbasis Sedekah (Studi Kasus Komunitas Pebisnis Paytren Kecamatan Lenteng Kabupaen Sumenep)**” yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat masyarakat berbisnis digital berbasis sedekah.

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan melalui pertimbangan pada kriteria-kriteria tertentu. Pengumpulan datanya dengan menyebarkan Kuesioner sebanyak 23 pernyataan. Analisis data yang diperoleh menggunakan beberapa uji, diantaranya uji validitas, uji reliabilitas dan uji analisis faktor. Pada uji analisis faktor menggunakan uji KMO (*Kaiser Mayer Olkin*), uji *Batlett off Sphericity*, uji MSA (*Measure of Sampling Adeyqucy*).

Berdasarkan hasil pengujian serta analisis yang dilakukan oleh peneliti dari 8 indikator tersebut terdapat 2 Faktor yang paling dominan dalam Mempengaruhi Minat Pebisnis *Paytren* yaitu Pertama, Faktor Produk dengan nilai (0,875). Kedua, Faktor Budaya dengan nilai (0,867). Jadi, dari seluruh faktor yang ada menunjukkan tingkat pengaruh sebesar 63,057% dan terdapat 36,943% faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berbisnis digital berbasis sedekah (*Paytren*) Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep.

Kata Kunci: Minat Konsumen, Berbisnis Digital Berbasis Sedekah, Analisis Faktor.

ABSTRACT

The study entitled "Analysis of Factors Affecting the Interests of the Society of Alms-Based Digital Business (Case Study of the Paytren Business Community of Lenteng District, Sumenep Regency)" which aims to find out factors that can influence people's interest and the most dominant factors in influencing business interests alms-based digital.

This study the type of research used is quantitative research. The sample used is Non Probability Sampling with a Purposive Sampling technique, which is sampling through consideration of certain criteria. The data collection was distributed by 23 questionnaires. Analysis of data obtained using several tests, including validity test, reliability test and factor analysis test. The factor analysis test using KMO (Kaiser Mayer Olkin) test, Batlett off Sphericity test, MSA test (Measure of Adeyqucy Sampling).

Based on the results of testing and analysis conducted by researchers from the 8 indicators there are 2 of the most dominant factors in influencing the interest of Paytren Businessmen namely First, Product Factors with a value (0.875). Second, Cultural Factors with values (0,867). So, of all the factors that show the level of influence of 63,057% and there are 36,943% other factors that influence public interest in the digital alms-based business (Paytren) of Lenteng District, Sumenep Regency.

Keywords: Consumer Interest, Alms-Based Digital Business, Factor Analysis.