

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pedagang melakukan pembiayaan mikro ekspres di Bank Mitra Syariah Gresik. Dalam penelitian ini menggunakan sebanyak 14 variabel faktor, yang meliputi: pengetahuan, syariah, sosial, kebutuhan, produk, pelayanan, lokasi, promosi, fasilitas, reputasi, ujah, kepercayaan, psikologis dan motivasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengambilan data survei. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi, dengan jumlah responden 76 orang dari total 316 nasabah mikro ekspres di Bank Mitra Syariah Gresik. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan pendekatan Purposive Sampling. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, dan Analisis Faktor.

Hasil penelitian menunjukkan: (1) Nilai KMO MSA (*Keiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy*) pada tabel adalah 0.691 ($> 0,5$). Selain itu, uji *Bartlett's Test of Sphericity* menunjukkan nilai *chi-square* sebesar 281.877 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,5$). Ini mengandung makna adanya korelasi antar variabel, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa indikator valid; (2) setelah dilakukan analisis lebih lanjut menggunakan analisis faktor dari ke 14 variabel faktor awal, maka membentuk 6 faktor baru (berdasarkan nilai *eigen value* > 1) yaitu faktor 1 adalah Pelayanan, Faktor 2 adalah Promosi, Faktor 3 adalah Syariah, Faktor 4 adalah Ujah, Faktor 5 adalah Motivasi, dan Faktor 6 adalah Lokasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 6 faktor tersebut yang mempengaruhi nasabah melakukan pembiayaan mikro ekspres di Bank Mitra Syariah Gresik.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Pembiayaan Mikro Ekspres, Pedagang, Perbankan Syariah

ABSTRACT

This study aims to find out what are the factors that influence traders to do micro express financing at Bank Mitra Syariah Gresik. In this study using as many as 14 variable factors, which include: knowledge, sharia, social, needs, products, services, location, promotions, facilities, reputation, ujah, trust, psychological, motivation.

The method used in the study is a descriptive quantitative approach, with survey data retrieval techniques. The data collection technique uses questionnaires and documentation, with a total of 75 respondents from a total of 294 micro express customers at Bank Mitra Syariah Gresik. The sampling technique uses Non Probability Sampling with a Purposive Sampling approach. Data analysis techniques use Validity Test, Reliability Test, and Factor Analysis.

The results showed: (1) The value of KMO MSA (Keiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy) in the table was 0.691 (> 0.5). In addition, the Bartlett's Test of Sphericity test showed a chi-square of 281,877 with a significance of 0.000 (< 0.5). This implies that there is a correlation between variables, so it can be concluded that the indicator is valid; (2) after further analysis using factor analysis of the 14 initial factor variables, then forming 6 new factors (based on the eigenvalue > 1) namely factor 1 is Services, Factor 2 is Promotions, Factor 3 is Sharia, Factor 4 is Ujah, Factor 5 is Motivation, and Factor 6 is Location. So it can be concluded that the 6 factors that influence customers to do micro express financing at Bank Mitra Syariah Gresik.

Keywords: Factor Analysis, Micro Express Financing, Merchants, Islamic Banking