

ABSTRAK

Fawaidur Rohmah, 160221100044. Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Nisbah Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Tabungan Mudharabah (Studi Kasus: BMT UGT-Sidogiri Cabang Pembantu Kecamatan Sepulu). Dibawah Bimbingan Bapak Erfan Muhammad S.E., M.Ak., AK., CPA., CA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, dan nisbah bagi hasil terhadap minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu. Variabel Independen dalam penelitian adalah promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, dan nisbah bagi hasil. Untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah menabung.

Populasi penelitian ini adalah jumlah seluruh nasabah penabung pada tabungan mudharabah di BMT UGT-Sidogiri Capem Sepulu di tahun ini. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* dengan menggunakan rumus sampel slovin. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung di lapangan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, realibilitas regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, religiusitas, dan nisbah bagi hasil berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung. Sedangkan promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung pada tabungan mudharabah.

Kata Kunci :promosi, kualitas pelayanan, religiusitas, dan nisbah bagi hasil terhadap minat menabung.

ABSTRACT

Fawaidur Rohmah, 160221100044. The Influence of Promotion, Service Quality, Religiosity, and Profit Sharing Ratio on Customer Interest in Savings in Mudharabah Savings (Case Study: BMT UGT-Sidogiri Sub Branch Sepulu). Under the guidance of Mr. Erfan Muhammad S.E., M.Ak., AK., CPA., CA.

The aim of this study was to determine the effect of promotion, service quality, religiosity, and profit sharing ratio on customers' interest in saving on mudharabah savings at BMT UGT-Sidogiri Sub Branch-Sepulu. The promotion, service quality, religiosity, and profit sharing ratio are the independent variables of this study. While the dependent variable in this study is the customers' interest in saving.

The population of this study was the total number of customers at BMT UGT-Sidogiri Sub-Branch Sepulu in this year. The sampling technique used was purposive sampling technique using the sample slovin formula. The data used was primary data obtained directly in the field. The data analysis used was the validity test, the reliability of multiple linear regression.

The results showed that service quality, religiosity, and profit sharing ratios had a significant effect on customers' interest in saving. Meanwhile, promotion did not significantly influence customers' interest in saving on mudharabah savings.

Keywords: promotion, service quality, religiosity, and profit sharing ratio to interest in saving.