

ABSTRAK

Siti Raudah. 2021. *Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura.* Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: (I) Dr. Syaugi, S.Ag., M.A. (II) H. Haris Faulidi Asynawi, Lc., MSI.

Kata Kunci : *Produk, Religiusitas, Bagi Hasil, Pelayanan, Lokasi, Minat Nasabah, BMT*

Penelitian ini berlatar belakang dari minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura, padahal banyak bank lain yang memfasilitaskan untuk memudahkan masyarakat bertransaksi pada bank tersebut dibandingkan pada BMT Ahsanu Amala Martapura. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura. Dengan rumusan masalah: 1) apakah faktor produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura, 2) variabel manakah yang secara parsial memengaruhi minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura dan 3) Ke lima faktor (produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan, dan lokasi), Faktor manakah yang paling dominan terhadap minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi menggunakan teknik sampling dengan Rumus *Slovin*. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh besarnya jumlah sampel atau nilai n adalah 98,07 yang dapat dibulatkan menjadi $n = 98$ sampel. Alat yang digunakan analisis yaitu Uji Validitas, Uji Realibilitas, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis.

Berdasarkan hasil uji secara simultan (uji F) variabel produk, religiusitas, bagi hasil, pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap minat nasabah pada BMT Ahsanu Amala Martapura dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,655 > 2,31$), dan secara parsial (uji T) variabel produk, pelayanan dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung dikarenakan ada faktor lain yang tidak diketahui oleh peneliti. Sedangkan variabel religiusitas dan bagi hasil memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menabung dengan nilai masing-masing: 1. Religiusitas $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,264 > 1,986086$) dan 2. Bagi Hasil $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,001 > 1,986086$). Dan variabel yang paling dominan memengaruhi minat nasabah BMT Ahsanu Amala Martapura dapat dilihat dari *Standardized Coeffisiens Beta* tertinggi yaitu faktor religiusitas (X_2) sebesar 2,264.