

ABSTRAK

Ummu Habibah, 1820210170, “Pengaruh Lokasi, Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Purwodadi 1.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi, produk, dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Al-Hikmah Purwodadi secara parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Ketentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota BMT Al-Hikmah Semesta cabang Purwodadi 1. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang didapat yaitu 89 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode angket yang berisi pernyataan dengan jawaban yang sudah ditentukan oleh peneliti yaitu skala likert.

Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif, yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas, analisis linear berganda, uji hipotesis terdiri dari uji Determinasi dan uji t parsial. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Terdapat pada semua uji yang dilakukan diketahui dari semua variabel lokasi, produk, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah. Hal ini terbukti dari uji t dengan nilai t hitung $>$ t tabel pada taraf signifikansi 0,05 yaitu lokasi ($3,362 > 1,988$), produk ($3,743 > 1,988$), dan promosi ($4,839 > 1,988$). Hal ini berarti menunjukkan bahwa lokasi, produk, dan promosi menentukan keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah.

Kata Kunci : Lokasi, Produk, Promosi, dan minat menjadi nasabah.