

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah : 1) apakah ada pengaruh *religiusitas* terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara?, 2) apakah ada pengaruh atribut produk Islam terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara?, 3) apakah ada pengaruh bauran promosi terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara?

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) untuk menguji secara empiris pengaruh *religiusitas* terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara, 2) untuk menguji secara empiris pengaruh atribut produk Islam terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara, 3) untuk menguji secara empiris pengaruh bauran promosi terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara.

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan: metode angket atau kuesioner untuk memperoleh data respon nasabah mengenai *religiusitas*, atribut produk Islam, dan bauran promosi terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan uji regresi, diketahui bahwa *Religiusitas* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,225 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Atribut Produk Islam mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara. Hal ini ditunjukkan dengan besar koefisien regresi sebesar 0,201 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,030 lebih kecil dari 0,05. Bauran Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung di BMT Se-Kabupaten Jepara. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya koefisien regresi sebesar 0,385 dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci: *Religiusitas*, Atribut Produk Islam, Bauran Promosi, Minat Menabung

الملخص

كانت المشكلة في هذا البحث: (١) هل هناك أي تأثير للتدين نحو توفير الاهتمام وحدة بالخدمات المالية الإسلامية في بيت المال والتمويل جيبارا "؟، (٢) هل هناك أي منتج تأثير سمات المصلحة الإسلامية في توفير الخدمات المالية "وحدة الشريعة" في بيت المال والتمويل جيبارا "؟، (٣) هل هناك تأثير مزيج ترويج نحو توفير الاهتمام وحدة بالخدمات المالية الإسلامية في بيت المال والتمويل جيبارا "؟ وكان الغرض من هذا البحث: (١) لاختبار تجريبي لتأثير التدين نحو توفير وحدة بالخدمات المالية الإسلامية في بيت المال والتمويل جيبارا "، (٢) لاختبار تجريبي تأثير سمات المنتج المصلحة الإسلامية في إنقاذ المالية خدمات "وحدة الشريعة" في بيت المال والتمويل جيبارا "، (٣) لاختبار تجريبيا مزيج ترويجي ضد النفوذ لمصلحة إنقاذ في الخدمات المالية الإسلامية في بيت المال والتمويل جيبارا ". نوع البحوث التي استخدمت في هذا البحث هو حقل البحث (البحث الميداني) مع نهج كمي. طريقة جمع البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام: السؤال أسلوب النموذج أو الاستبيان للحصول على بيانات حول استجابة العميل للتدين وسمات المنتج، ومزيج ترويجي نحو توفير الاهتمام " في بيت المال والتمويل جيبارا ". اختبار أساليب لتحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي متعددة. استناداً إلى اختبار الانحدار، علما أن التدين تأثير كبير نحو توفير الاهتمام " في بيت المال والتمويل جيبارا ". ويتضح ذلك من نتائج حساب معامل الانحدار لمستوى الأهمية ٠,١٥٢، تي من ٠,٠١٥ أصغر من ٠,٠٠٥. سمات المنتج الإسلام تأثير كبير نحو توفير الاهتمام " في بيت المال والتمويل جيبارا ". وهذا يظهر مع معامل انحدار كبير من ٠,١٦٠، مع تي مستوى الأهمية من ٠,٠٤٨، أصغر من ٠,٠٠٥. مزيج ترويجي تأثير كبير نحو توفير الاهتمام " في بيت المال والتمويل جيبارا ". وهذا يظهر بحجم معاملات الانحدار من ٠,٣١٦، مع أهمية من مستوى تي ٠,٠٠٠ أقل من ٠,٠٠٥.

كلمات البحث: التدين، سمات المنتج الإسلام والترويج ميكس، والفائدة الادخار

ABSTRACT

The problem in this research are: 1) whether there was an effect of religiosity on saving interest in Baitul Maal wat Tamwil Jepara?, 2) whether there is influence product attributes Islam against the interest of saving in Baitul Maal wat Tamwil Jepara?, 3) whether there was an effect on the promotion mix in the interest of saving in Baitul Maal wat Tamwil Jepara?

The purpose of this study are: 1) to test empirically the effect of religiosity on saving interest in Baitul Maal wat Tamwil Jepara, 2) to test empirically the effect of product attributes Islam against the interest of saving in Baitul Maal wat Tamwil Jepara, 3) to test empirically the effect of promotional mix towards interest saving in Baitul Maal wat Tamwil Jepara.

The type of which is used in the research (field research) with the approach of quantitative. By using the method of collecting the data, the chief response to obtain data or kuesioner *religiusitas*, a customer on attributes of Islam, and bauran promotion on saving interest in Baitul Maal wat Tamwil Jepara. The use of regression analysis method linier the idols.

Based on the regression, religiousness is that it has a significant impact on interest on financial services Baitul Maal Wat Tamwil Jepara. This was demonstrated by the reckoning the regression coefficient is 0,152 with the significance t by 0.015 smaller than 0.05. Attribute the islamic has influence significantly to save the financial services unit interest in banking Baitul Maal Wat Tamwil Jepara. This is demonstrated by the huge the regression coefficient is the significance of 0,160 t 0,048 smaller than 0.05. A hotchpotch has influence significantly to save the financial services unit interest in banking Baitul Maal Wat Tamwil Jepara. This was demonstrated by the magnitude of the regression coefficient is the significance of 0,316 with t 0,000 smaller than 0.05.

Keywords: Religiosity, Product Attributes Islam, Promotion Mix, Interest Savings