

ABSTRAK

Muchammad Fauzi (1520210120). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Menabung di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus. Skripsi.Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2019.

Tujuan penelitian ini adalah: *pertama*, Untuk mengetahui adakah pengaruh produk terhadap keputusan menabung di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus. *Kedua*, Untuk mengetahui adakah pengaruh promosi terhadap keputusan menabung di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus. *Ketiga*, Untuk mengetahui adakah pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus. *Keempat*, Untuk mengetahui adakah pengaruh bagi hasil terhadap keputusan menabung di KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus.

Metode penelitian yang digunakan adalah: *Pertama*, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian Penelitian lapangan (*field research*), sumber data penelitiannya dengan data primer, metode yang digunakan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada anggota KSPPS Al-hikmah Semesta Cabang Kudus sebanyak 92 orang dengan populasi 1200 anggota.

Berdasarkan hasil uji statistik t untuk variabel produk (X1) memperoleh hasil nilai t hitung (4,809) > t tabel (1,988), maka Ho diterima dan Ha ditolak dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan menabung. uji statistik t untuk variabel promosi (X2) memperoleh hasil nilai t hitung (-1,365) < t tabel (1,988), maka Ho ditolak dan Ha diterima dengan taraf signifikansi sebesar 0,176. Jadi dapat disimpulkan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung. uji statistik t untuk variabel lokasi(X3) memperoleh hasil nilai t hitung (-209) < t tabel (1,988), maka Ho ditolak dan Ha diterima dengan taraf signifikansi sebesar 0,085. Jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung. uji statistik t untuk variabel bagi hasil(X4) memperoleh hasil nilai t hitung (-873) < t tabel (1,988), maka Ho ditolak dan Ha diterima dengan taraf signifikansi sebesar 0,385. Jadi dapat disimpulkan bahwa bagi hasil tidak berpengaruh

terhadap keputusan menabung. Sedangkan berdasarkan hasil analisis uji F di dapat nilai uji F hitung lebih besar dari F tabel ($5.883 > 2,48$) dengan taraf signifikannya lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa produk, promosi, lokas dan bagi hasil secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menabung. Dari analisis data diketahui bahwa besarnya *adjusted R square* adalah 0,213 atau 21,3%. Hal ini berarti sebesar 21,3% kemampuan model regresi dari penelitian ini menerangkan variabel dependen.

Kata kunci: *Produk, Promosi, Lokasi, Bagi Hasil, Keputusan Menabung*

