

## ABSTRAK

**Diya Putri Sejati (1620210264) dengan judul Pengaruh Faktor Pribadi, Kualitas Layanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Perilaku Pengusaha UMKM Yang Menggunakan Produk *Murabahah* Di BMT Kota Kudus. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah (ES) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus 2020.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* terhadap keputusan menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *field research*. Objek penelitian ini adalah pengusaha mikro, kecil dan menengah yang menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive random sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan. Metode analisis data menggunakan metode analisis regresi berganda dengan bantuan program olah data SPSS versi 23 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh positif antara faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk *Murabahah* di BMT Kota Kudus. Hal ini dapat terlihat dari hasil hipotesis masing-masing variabel yang ternyata  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel (1,986). Faktor pribadi (2,139  $>$  1,986), kualitas layanan (2,150  $>$  1,986) dan *word of mouth* (5,122  $>$  1,986) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Secara simultan, faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk *Murabahah*. Hal ini dapat terlihat berdasarkan uji  $F$  yang diperoleh bahwa  $F$  hitung sebesar 25,924 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,05 maka  $F$  tabel (2,705).  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel (25,924  $>$  2,705.) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil penelitian ini menguatkan hasil penelitian dari Daniel, dkk (2013), Komala Dewi, dkk (2020), Amrullah, dkk (2016), Fanny, dkk (2016) dan Bagas Aji, dkk (2016) yang menunjukkan bahwa faktor pribadi, kualitas layanan dan *word of mouth* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Faktor Pribadi, Kualitas Layanan, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian*