

ABSTRAK

Arum Puspahati (1620210257) “Pengaruh Promosi, Pengetahuan, Atribut Produk Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus (Pada Masyarakat Desa Mlatinorowito)”. Skripsi , Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah (ES) IAIN KUDUS, 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, pengetahuan, dan atribut produk terhadap minat menabung masyarakat di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *Field Research* dan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Simple random sampling*. Sampel berjumlah 98 responden pada masyarakat Desa Mlatinorowito. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji f, uji t serta koefisien determinasi. Data diolah dengan bantuan SPSS versi 22.0. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui Secara simultan bahwa promosi, pengetahuan dan atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito dibuktikan dengan hasil uji f_{hitung} 58,193 lebih besar dari f_{tabel} 2,64 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Secara parsial variabel Promosi berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,081 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98 dengan signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Pengetahuan berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamallat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} 6,474 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Atribut produk berpengaruh terhadap minat masyarakat menabung di Baitul Maal Wa Tamwil Mitra Muamalat Kudus pada masyarakat Desa Mlatinorowito ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,571 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,98 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci : Promosi, Pengetahuan, Atribut Produk, Minat Menabung