

ABSTRAK

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Menabung Di Bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan (Studi Kasus Pasar Barito Dan Higienis Kota Ternate)

Harmiyati, 04371611028. dibawah bimbingan
Fatmawati Kaddas, Mila Fatmawati
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Khairun Ternate 2021

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, promosi, produk, pendapatan, dan pelayanan terhadap minat menabung di Bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan pada Pasar Barito dan Higienis Kota Ternate yang berjumlah 217 nasabah. Metode pengambilan menggunakan sampel proporsional sampling dengan jumlah sampel mengacu pada teori *roscoe* yaitu variabel bebas dan variabel terikat dikalikan 10 ($6 \times 10 = 60$). Teknik analisis data menggunakan regresi berganda di SPSS 16.0 pada taraf signifikan 5%

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor religiusitas (X1), promosi (X2), pendapatan (X4), pelayanan (X5) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, sedangkan produk (X3) tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan Kota Ternate.

Kata kunci: religiusitas (X1), promosi (X2), produk (X3), pendapatan (X4), dan pelayanan (X5)

ABSTRACT

Factors Affecting Society Saving at Bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan (Case Study of Pasar Barito Dan Higienis Kota Ternate)

Harmiyati, 04371611028.

Under the lecturer guidance of
Fatmawati Kaddas, Mila Fatmawati
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Khairun Ternate 2021

ABSTRACT

The aim of this study was to investigate the influence of religiosity, promotion, products, income, and services on interest in saving at Bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan. This study population included 217 Bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan customers at Pasar Barito dan Higienis Kota Ternate.who were selected using purposive sampling method where the number of samples referring to Roscoe's theory, namely the independent variable and the dependent variable multiplied by 10 ($6 \times 10 = 60$). Multiple regression in SPSS 16.0 at a significant level of 5% were used to analyze the data.

The result showed that the variables of religiosity (X1), promotion (X2), income (X4), service (X5) had a significant effect on the interest in saving, while the product (X3) had no effect on the interest in saving at Bank Syariah PT. BPRS Bahari Berkesan.

Keywords: religiosity (X1), promotion (X2), product (X3), income (X4), dan service (X5)