

ABSTRAK

Syafia Putri Fauzi, 2023, Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Keputusan Memilih Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) Di KSPP Syariah BMT NU Cabang Galis, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing : Fena Ulfa Aulia, S.E., M.Ak.

Kata Kunci : *Persepsi Masyarakat dan Keputusan Memilih Produk TABAH*

Sebelum memilih produk tabungan TABAH, karyawan BMT menjelaskan kepada anggota tentang produk tersebut secara jelas. Nantinya anggota menilai dan mengevaluasi dan memperhatikan sehingga anggota yakin akan memilih produk TABAH tersebut. Menurut salah satu anggota BMT NU Cabang Galis mengatakan bahwa alasan menabung di BMT karena rasa aman dan tanpa ada riba. Lalu alasan lain anggota memilih produk tabah karena proses sangat mudah, seperti bisa di ambil kapan saja serta dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diuji lebih lanjut dalam penelitian ini adalah pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan memilih produk TABAH (Tabungan Mudharabah) di BMT NU cabang Galis Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi didalam penelitian ini adalah seluruh anggota yang menabung dengan produk TABAH. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sample*. Pengambilan sampel ditentukan dengan rumus slovin dan jumlah responden yang diambil sebanyak 100 responden. Instrumen penelitian yang digunakan yaitu berupa kuesioner atau angket. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana melalui program SPSS versi 24.

Hasil penelitian berdasarkan persamaan regresi linear sederhana menunjukkan bahwa persepsi masyarakat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis dengan nilai t hitung $8,217 > t$ tabel $1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R^2 adalah $0,408$ atau $40,8\%$. Artinya, $40,8\%$ variasi variabel keputusan menabung pada produk Tabah di KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis dijelaskan oleh variabel independen persepsi masyarakat (X). Sedangkan $59,2\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti.