

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menganalisis mengenai minat menabung masyarakat pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) BEST. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat harga margin, kualitas pelayanan, pengetahuan produk dan *Islamic branding* terhadap minat masyarakat menabung pada *Baitul Maal Wa Tamwil* (BMT) BEST Kecamatan Kroya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat usia produktif di Kabupaten Cilacap dan Banyumas yang menjadi anggota simpanan di BMT BEST. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 84 responden. Metode yang digunakan untuk menentukan sampel penelitian adalah *simple random sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa: (1) tingkat harga margin, kualitas pelayanan, pengetahuan produk, dan *Islamic branding* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung di BMT BEST, (2) tingkat harga margin tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menabung di BMT BEST, (3) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di BMT BEST, (4) pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menabung di BMT BEST, (5) *Islamic branding* berpengaruh positif dan signifikan minat masyarakat untuk menabung di BMT BEST.

Implikasi dari kesimpulan di atas yaitu untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menabung di BMT BEST, perlu melakukan adanya inovasi, evaluasi dan memperbaiki pada produk pembiayaan. BMT BEST juga harus terus menjaga kualitas pelayanan yang sudah ada dan bila perlu ditingkatkan lagi agar lebih menarik perhatian masyarakat untuk menabung di BMT BEST, Selain itu, bank syariah juga harus lebih memasifkan lagi terkait dengan promosi serta perlu mengadakan sosialisasi terkait dengan nilai-nilai keagamaan yang ada di BMT BEST.

Kata Kunci: Minat Masyarakat, Tabungan, *Baitul Maal Wa Tamwil*

SUMMARY

This research is a type of quantitative research that analyzes people's interest in saving at Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) BEST. The purpose of this study was to determine the effect of margin price levels, service quality, product knowledge and Islamic branding on the interest in saving people at Baitul Maal Wa Tamwil (BMT) BEST, Kroya District. The population in this study were productive age people in Cilacap and Banyumas Regencies who were savings members at BMT BEST. The number of samples used in this study was 84 respondents. The method used to determine the research sample was simple random sampling.

Based on the results of the research and data analysis using multiple linear regression analysis, it shows that: (1) the level of margin prices, service quality, product knowledge and Islamic branding together have a significant influence on people's interest in saving at BMT BEST, (2) the level of margin prices does not have an influence on people's interest in saving at BMT BEST, (3) service quality has a positive and significant influence on people's interest in saving at BMT BEST, (4) product knowledge has a positive and significant influence on people's interest in saving at BMT BEST, (5) Islamic branding has a positive and significant influence on people's interest in saving at BMT BEST.

The implication of the above conclusion is to increase public interest in saving at BMT BEST, it is necessary to innovate, evaluate and improve financing products. BMT BEST must also continue to maintain the quality of existing services and if necessary improve them again to attract more public attention to save at BMT BEST. In addition, Islamic banks must also be more massive in terms of promotion and need to hold socialization related to religious values in BMT BEST.

Keywords: Community Interest, Savings, Baitul Maal Wa Tamwil,