

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MASYARAKAT MENGAKSES DI LEMBAGA KEUANGAN MIKRO
SYARIAH DAN LEMBAGA KEUANGAN MIKRO KONVENSIONAL
(Studi Kasus Pada Pedagang di Pasar Wates, Kulon Progo)**

Siti Nur Hidayah
20130730322

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Mengakses di Lembaga Keuangan Mikro Syariah dan Lembaga Keuangan Mikro Konvensional. Dengan demikian studi ini meneliti faktor lokasi, promosi, pelayanan dan kepercayaan dengan studi kasus pada pedagang di pasar Wates Kulon Progo.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang dilakukan melalui pengamatan secara langsung dengan menggunakan data yang dikumpulkan dalam bentuk angket atau kuesioner yang diberikan kepada 100 responden. Sedangkan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis (uji t dan uji F).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, faktor lokasi tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk mengakses di BMT maupun KSP. Sedangkan faktor promosi berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk mengakses di BMT maupun KSP. Faktor pelayanan tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk mengakses di BMT. Akan tetapi, faktor pelayanan berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk mengakses di KSP. Selanjutnya, faktor kepercayaan berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk mengakses di BMT. Akan tetapi, faktor kepercayaan tidak berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk mengakses di KSP. Sedangkan berdasarkan uji simultan menunjukkan bahwa faktor lokasi, promosi, pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dalam menentukan minat masyarakat untuk mengakses di BMT maupun KSP.

Kata Kunci : Lokasi, Promosi, Pelayanan, Kepercayaan dan Minat.

**THE ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING PEOPLE'S INTERESTS
TO ACCESS SHARIA MICROFINANCE INSTITUTIONS AND
CONVENTIONAL MICROFINANCE INSTITUTIONS
(A CASE STUDY ON SELLERS IN PASAR WATES, KULON PROGO)**

Siti Nur hidayah
20130730322

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the people's interest to access the Sharia Microfinance Institutions and Conventional Microfinance Institutions. Thus, this study examines the factors of location, promotion, service, and trust with a case study on sellers in Pasar Wates Kulon Progo.

This type of research is field research using descriptive quantitative approach, which is done through direct observation by using data collected in the form of questionnaire given to 100 respondents. While the data analysis used in this research is descriptive analysis, validity and reliability test, classic assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis test (t test and f test).

The results of this study indicate that partially, the location factor has no significant effect in determining the interest of the people to access BMT and KSP. While the promotion factor has a significant influence in determining the interest of the people to access BMT and KSP. The service factors has no significant influence in determining the interest of the community to access BMT. However, service factor has a significant influence in determining the interest of the people to access KSP. Furthermore, the trust factor influences significantly in determining the people's interest to access BMT. However, the trust factor has no significant effect in determining the people's interest to access KSP. While, based on simultaneous test, shown that location, promotion, service and trust factors together have significant influence in determining people's interest to access BMT and KSP.

Keyword: *Location, Promotion, Service, Trust, and Interests.*