

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN PRIBADI
PADA PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG
DI BMT (STUDI KASUS BMT BINA IHSANUL FIKRI, BMT MITRA
USAHA MULIA DAN BMT BINA UMMAH)**



Dimas Nurul Ramadhan

20140730186

**PRODI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2019**