

ABSTRAK

PENGARUH KEBUTUHAN ANGGOTA, *PERSONAL SELLING*, DAN KEMUDAHAN MENDAPATKAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN ANGGOTA DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN MURABAHAH DI BMT KARISMA MAGELANG

Oleh : Muchamad Dendy Geri Yuwana

NPM : 20110730104

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kebutuhan anggota, *personal selling*, dan kemudahan mendapatkan produk terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan murabahah di BMT Karisma Magelang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif data yang digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan data primer, yang berupa angka. Data diperoleh dari kuisioner yang diberikan kepada anggota BMT Karisma Magelang. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan metode *Quota Sample* dengan jumlah sample sebanyak 100 anggota. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda, dan olah data dilakukan dengan SPSS 21

Hasil penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel kebutuhan anggota mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan murabahah ($0,000 < 0,05$), *personal selling* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan murabahah ($0,000 < 0,05$), kemudahan mendapatkan produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota dalam memilih pembiayaan murabahah ($0,000 < 0,05$). Faktor yang lebih dominan dalam mengambil pembiayaan murabahah yaitu kemudahan mendapatkan produk hal ini dapat dilihat pada uji t yang menyatakan nilai beta variabel kebutuhan anggota 0,257 nilai beta variabel *personal selling* 0,262 nilai beta variabel kemudahan mendapatkan produk 0,321 dari ketiga variabel ini kemudahan mendapatkan produklah yang paling besar nilai betanya (0,321)

Kata Kunci: kebutuhan anggota, *personal selling*, kemudahan mendapatkan produk, pembiayaan murabahah

THE INFLUENCE OF MEMBERS' NEEDS, PERSONAL SELLING, AND EASE OF GETTING PRODUCTS TO THE DECISION OF MEMBERS IN CHOOSING MURABAHAH FINANCING IN BMT KARISMA MAGELANG

Muchamad Dendy Geri Yuwana
20110730104

Abstract

This study aims to determine the effect of members' needs, personal selling, and ease of getting products to the decision of members in choosing *murabahah* financing in BMT Karisma Magelang.

This type of research is quantitative research. The data used in this study is the primary data, which is in the form of number. Data obtained from questionnaires given to members of BMT Karisma Magelang. Sampling in this study uses Quota Sample method with the sample amount of 100 members. Methods of data analysis were done by using multiple linear regression analysis, and data were processed with SPSS 21.

The results of this study simultaneously show that the variable needs of members have a positive and significant influence on the decision of members in choosing *murabahah* financing ($0,000 < 0,05$), personal selling has a positive and significant influence on the decision of members in choosing *murabahah* financing ($0,000 < 0,05$), the ease of getting the product has a positive and significant influence on the member's decision in choosing *murabahah* ($0,000 < 0,05$). The more dominant factor in taking *murabaha* financing is the ease of getting the product. This can be seen from the t test which states that the beta value of the member requirement variable is 0.257, beta value of the personal selling variable is 0.262, and the beta value of the ease of getting the product is 0.321. From the three variables, it is the ease of getting the product which has the largest beta value (0.321).

Keywords: members' need, personal selling, ease of getting product, *murabahah* financing