

# Faktor penjasar preferensi masyarakat Bintaro, Tangerang Selatan, Banten menjadi nasabah lembaga keuangan mikro syariah (studi terhadap BMT Beringharjo dan BMT Daarut Tauhiid = Preference explanatory factor of the people from Bintaro South Tangerang Banten to become customer of syariah small and medium enterprises a (studi at BMT Darut Tauhiid and BMT Beringharjo

Marissa Grace Haque Fawzi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432323&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### <b>ABSTRAK</b>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kriteria utama preferensi masyarakat Bintaro, Tangerang Selatan, Banten untuk menjadi nasabah lembaga keuangan mikro syariah di BMT Beringharjo dan BMT Darut Tauhiid. Selain itu, juga untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan pada kriteria utama preferensi masyarakat Bintaro, Tangerang Selatan, Banten untuk menjadi nasabah lembaga keuangan mikro syariah di BMT Darut Tauhiid dan BMT Beringharjo. Untuk menjawab permasalahan pertama digunakan teknik Analisis Faktor (Factor Analysis), sedangkan untuk menjawab permasalahan kedua digunakan Analisis perbandingan hasil Analisis Faktor antara kriteria utama preferensi nasabah BMT Darut Tauhiid dan BMT Beringharjo. Penelitian ini menghasilkan jawaban-jawaban atas kedua permasalahan di atas. Pertama; Kriteria utama preferensi masyarakat Bintaro untuk menjadi nasabah pada lembaga keuangan mikro syariah adalah Faktor Pelayanan yang terdiri dari: (1) pelayanan yang ramah dan sopan dari karyawan/wati BMT; (2) pelayanan yang cepat dari karyawan/wati BMT; (3) pelayanan yang memuaskan dari karyawan/wati BMT, karyawan/wati BMT yang kompeten; (4) karyawan/wati BMT yang tanggap terhadap masalah dan responsive; (5) kecepatan dan efisiensi proses transaksi; (6) keterbukan terhadap kritik dan transparan; (7) ketepatan dalam billing; (8) kebersihan dan kerapian kantor cabang; (9) penampilan busana yang rapih dan bersih; (10) dan pihak manajemen BMT yang sudah terkenal dan terpercaya. Hasil ini pertama, tidak sesuai dengan dugaan awal atau hipotesis penelitian ini. Kedua; tidak ada perbedaan kriteria utama pemilihan antara nasabah BMT Darut Tauhiid dan BMT Beringharjo, dimana keduanya sama-sama memiliki kriteria utama nasabah pada Faktor: Pelayanan. Namun demikian, terdapat beberapa variabel atau atribut yang berbeda dan turut membentuk Kriteria Utama, Faktor Pelayanan dari masing-masing BMT tersebut, yaitu tingkat religiusitas.

### <i><b>ABSTRACT</b></i>

This research is aimed to understand the main preference criteria from the people of Bintaro, South Tangerang, Banten to become customer syariah small and medium enterprises in BMT Darut Tauhiid and BMT Beringharjo, and also to understand if there are some differences in the main criteria of the people from Bintaro, South Tangerang, Banten to become customer of syariah small and medium enterprises in BMT Darut Tauhiid and BMT Beringharjo. Factor Analysis is used to answer the first research problem, while results of Factor Analysis between criteria of the first preference customer of BMT Darut Tauhiid dan BMT Beringharjo are used to answer the second research problem. The comparison Analysis is used to the result of Factor Analysis between main preference criteria of BMT Darut Tauhiid and BMT Beringharjo customers. This research result is to answer two reserach questions. Frist: the main preference criteria from

the people of Bintaro, South Tangerang, Banten, in Service Factor which comprise of: (1) polite and friendly service from BMT employees; (2) quick response service from from BMT employees; (3) satisfactory service from competence BMT employees; (4) receptive and responsive BMT employees upon emerging problems; (5) fast and effiience transaction process; (6) transparant and openness to critics; (7) accuracy on billing; (8) branch office cleanliness and neatness; (9) tidy and clean outfit performance; and (10) well-known and trustable BMT management owner. Firstly, the result is not appropriate with the first research hypothesis. Secondly, there is no difference between first criteria customer choice on BMT Darut Tauhiid dan BMT Beringharjo, where both of BMTs have the same common first criteria customer on, Factor: Services. Furthermore, there is a difference in religiosity level which come up through some variables or attributes that contributes BMT First Criteria services, it is the religiosity level.</i>