

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Iklan, Pelayanan, Kepercayaan dan Citra yang dipertimbangkan Anggota dalam Memilih Menabung Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung” ini ditulis oleh Nurul Hidayah, Jurusan Perbankan Syariah, NIM. 1741143281, pembimbing Sri Eka Astutiningsih, SE., MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi dengan banyaknya anggota yang memilih menjadi anggota tabungan Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung, yang mana *Baitul Maal Wa Tamwil* ini merupakan lembaga keuangan non bank yang memiliki salah satu produk tabungan Mudharabah yang bebas bunga.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisa 1. Faktor iklan yang dipertimbangkan anggota dalam memilih menabung Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. 2. Faktor pelayanan yang dipertimbangkan anggota dalam memilih menabung Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. 3. Faktor kepercayaan yang dipertimbangkan anggota dalam memilih menabung Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. 4. Faktor citra yang dipertimbangkan anggota dalam memilih menabung Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. 5. Faktor iklan, pelayanan, kepercayaan dan citra yang paling dipertimbangkan anggota dalam memilih menabung Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, analisis faktor dan regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel yaitu *probability sampling* dengan kategori *simple random sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan adalah angket dengan teknik skala *Likert*. Jumlah sampel adalah sebanyak 110 responden, yang diteliti sebanyak 17 indikator yang terdiri dari *attention, interest, desire, conviction, action*, bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, *kredibilitas, reliabilitas, integritas*, pribadi, nama baik, nilai dan pribadi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbentuk 5 faktor yang dipertimbangkan anggota dalam memilih menabung Mudharabah di *Baitul Maal Wa Tamwil* Pahlawan Cabang Gondang Tulungagung. Faktor pertama adalah faktor pelayanan yang terdiri dari variabel pribadi, *integritas*, bukti langsung, jaminan, empati. Faktor kedua adalah faktor citra yang terdiri dari variabel nama baik, *kredibilitas*, identitas hukum dan nilai. Faktor ketiga adalah faktor kepercayaan yang terdiri dari variabel daya tanggap dan *reliabilitas*. Faktor keempat adalah faktor iklan yang terdiri dari variabel *attention, interest, action*. Faktor kelima adalah faktor promosi yang terdiri dari variabel *desire, conviction*, kehandalan. Faktor yang paling dipertimbangkan anggota adalah faktor pelayanan.

Kata kunci: Faktor Pelayanan, Faktor Citra, Faktor Kepercayaan, Faktor Iklan, dan Faktor Promosi

ABSTRACT

Thesis under the title "Advertising, Services, Trust and Image Factors which Considered by the customers in the Choosing Mudharabah Savings in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch of Gondang Tulungagung " was written by Nurul Hidayah, Department of Islamic Banking, NIM. 1741143281, Advisor; Sri Eka Astutiningsih, SE., MM.

The background of this study is there are many customers who choose to be the member of Mudharabah savings in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch Gondang Tulungagung, which Baitul Maal Wa Tamwil is a non-bank financial institution that has one of the free-interest of savings products Mudharabah.

The purpose of this study is to analyze 1. Advertisement factors considered by the customers in choosing Mudharabah savings in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch Gondang Tulungagung. 2. The service factor considered by the customers in choosing Mudharabah savings in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch Gondang Tulungagung. 3. The trust factor considered by the customers in choosing Mudharabah savings in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch Gondang Tulungagung. 4. The image factor considered by the customers in choosing Mudharabah savings in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch Gondang Tulungagung. 5. Which one among advertising, services, trust and images become the most considered factor by the customers in choosing Mudharabah saving in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch Gondang Tulungagung.

The method used in this research is field research with quantitative approach, factor analysis and multiple linear regression. Sampling technique is probability sampling with simple random sampling category. The instrument of this research is a questionnaire with Likert scale technique. The number of samples is 110 respondents, which are examined 17 indicators consisting of attention, interest, desire, conviction, action, direct evidence, reliability, responsiveness, assurance, empathy, credibility, reliability, integrity, personal, reputation, value and personality.

The results of this research showed that formed 5 factors considered members in choosing Mudharabah saving in Baitul Maal Wa Tamwil Pahlawan Branch Gondang Tulungagung. The first factor is the service factor consisting of personal variables, integrity, direct evidence, assurance, empathy. The second factor is the image factor consisting of reputation, credibility, legal identity and value. The third factor is trust factor consisting of responsiveness variable and reliability. The fourth factor is the advertising factor consisting of attention, interest, action. The fifth factor is promotion factor consisting of desire, conviction, and reliability. The most considered factor of customers in choosing is a service factor.

Keywords: Service Factors, Image Factors, Trust Factors, Ad Factors, and Promotion Factors.