

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran dan Penerapan Prinsip Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih” ini ditulis oleh Ana Nur Jannah, NIM 17401153059, Pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya koperasi berbasis syariah, sehingga persaingan dalam hal memasarkan suatu produk sangat diperlukan agar seseorang memilih lembaga sesuai dengan kebutuhan mereka, namun faktanya masih banyak keraguan dari anggota karena kurangnya informasi dan merasa prinsip syariah belum sesuai, maka lembaga harus mampu menyampaikan serta menumbuhkan kepercayaan dengan menerapkan prinsip yang sesuai syariah sehingga anggota dapat memutuskan bertransaksi di lembaga tersebut. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah 1) menguji pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah; 2) menguji pengaruh penerapan prinsip syariah terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah; 3) menguji komunikasi pemasaran dan penerapan prinsip syariah terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah.

Metode penelitian skripsi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik Sampel dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 76 responden dari anggota pembiayaan murabahah BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih. Selanjutnya, metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket, observasi dan dokumentasi. Sedangkan analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan SPSS 16.0 berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitiannya adalah 1) komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih, 2) penerapan prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih, 3) komunikasi pemasaran dan penerapan prinsip syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di BTM Surya Melati Abadi Jatim Cabang Ngadiluwih.

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran, penerapan prinsip syariah, keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Marketing Communication and Application of Sharia Principles on the Decision to Become a Members of Murabahah Financing at BTM Surya Melati Abadi East java Ngadiluwih Branch" this was written by Ana Nur Jannah, NIM 17401153059, Advisor Dr. Agus Eko Sujianto, SE., MM.

This research is motivated by the number of sharia-based cooperatives, so competition in terms of marketing a product is very necessary so that someone chooses an institution according to their needs, but in fact there are still many doubts from members due to lack of information and feeling that sharia principles are not appropriate, foster trust by applying principles that are in accordance with sharia so members can decide to transact at the institution. The purpose of this study is 1) to examine the effect of marketing communication on the decision to become a member of murabahah financing; 2) examine the effect of the application of sharia principles on the decision to become members of murabahah financing; 3) test marketing communications and the application of sharia principles to the decision to become members of murabahah financing.

This thesis research method uses a quantitative approach with the type of associative research. The sample technique in this study is Simple Random Sampling. The sample used in this study amounted to 76 respondents from members of murabahah financing BTM Surya Melati Abadi East Java Ngadiluwih Branch. Furthermore, data collection methods used are questionnaires, observation and documentation. While the data analysis in this study using SPSS 16.0 in the form of validity test, reliability test, classic assumption test, normality test, multiple linear regression test, hypothesis test, and test coefficient of determination.

The research results are 1) marketing communication has a positive and significant effect on the decision to become a member of murabahah financing at BTM Surya Melati Abadi East Java Ngadiluwih Branch, 2) the application of sharia principles has a positive and significant effect on the decision to become a member of murabahah financing at BTM Surya Melati Abadi East Java Ngadiluwih Branch, 3) marketing communication and the application of sharia principles have a positive and significant effect on the decision to become members of murabahah financing at BTM Surya Melati Abadi East Java Ngadiluwih Branch.

Keywords: Marketing communication, Application of sharia principles, decision to become a member of murabahah financing