

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia semakin berkembang pesat. Dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Keberadaan umat islam di Indonesia yang penuh dengan nilai-nilai syariah membutuhkan sebuah wadah dalam aplikasi muamalahnya yang berkonsep syariah yaitu lembaga keuangan syariah, dimana di dalam lembaga keuangan syariah tersebut menyediakan kebutuhan masyarakat dengan menyediakan produk-produk yang berbasis syariah tanpa adanya unsur bunga melainkan dengan cara bagi hasil, sedangkan perbankan konvensional mereka menggunakan sistem bunga.

Bank Syariah adalah bank yang menggunakan prinsip bagi hasil secara adil, Berbeda dengan bank konvensional yang berlandaskan pada bunga. Bank syariah juga dapat diartikan sebagai bank yang dalam prinsip, Operasionalnya maupun produknya dikembangkan dengan berlandaskan pada nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an dan petunjuk-petunjuk operasional hadist Rasulullah Saw. Secara lebih spesifik, menurut Antonio dan perwataatmadja, pengertian mengenai bank syariah atau bank islam, yaitu menyangkut bank islam dan bank yang beroperasi dengan prinsip syariah islam. Bank islam adalah bank yang beroperasi dengan prinsip

syariah islam dan bank yang tata cara beroperasinya mengaju pada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist.¹

Pemahaman masyarakat terhadap lembaga keuangan pun juga belum optimal dan menyeluruh. Hal ini disebabkan karena keterbatasan sumber daya manusia yang bertugas memahami dan memasarkan produk beserta sistem syariahnya. Dengan adanya prinsip bagi hasil memberikan aspek keadilan dalam bertransaksi serta melaksanakan kegiatan investasi yang menjunjung etika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam kegiatan produksi.²

Koperasi Syariah merupakan lembaga keuangan syariah (LKS) terdiri dari dua kelompok lembaga, yaitu lembaga keuangan yang berbentuk bank dan lembaga keuangan berbentuk non bank. Lembaga keuangan yang berbentuk bank mencakup Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Sedangkan lembaga keuangan yang bukan berbentuk bank adalah Unit Usaha Syariah (UUS) dan Baitul Maal wa Tamwil (BMT).³

Koperasi muncul sebagai solusi atas keresahan penduduk kalangan ekonomi lemah untuk memajukan usahannya karena keterbatasan modal yang dimiliki. Namun Koperasi Konvensional masih menerapkan sistem riba, sedang dalam islam hal tersebut dilarang. Hal ini menjadi salah satu faktor-faktor berdirinya koperasi yang berlandaskan syariah.

¹ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung:Alfabeta,2014), hal.11

² Muhammad Ridwan, *Manajemen Baitul Maal Wa Tamwil (BMT)*, (Yogyakarta :UII Press, 2004), hal.129

³ Hadin Nuryadin, *BMT dan Bank Islam: Instrumen Lembaga Keuangan Syariah*, (Bandung:Pustaka Bani Quraisy, 2004), hal.159-160

Koperasi sebagai salah satu lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghimpun dana masyarakat, dana yang telah terhimpun kemudian disalurkan kembali kepada masyarakat. Dalam menjalankan aktivitas tersebut, koperasi harus menjalankan sesuai dengan kaidah-kaidah yang berlaku, utamanya adalah kaidah transaksi dalam pengumpulan dan penyaluran dana menurut islam serta tidak bertentangan dengan tujuan koperasi.

Seperti yang terdapat dalam pasal 3 UU RI Nomor 25 tahun 1992 tentang perkoperasian “koperasi bertujuan untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945” koperasi sebagai lembaga keuangan (non bank) yang menggunakan prinsip syariah sangat sesuai dengan konsep lembaga keuangan menurut al-Qur’an, walaupun dalam Al-Qur’an tidak menyebutkan konsep lembaga keuangan secara eksplisit, namun al-Qur’an sejak lama telah memberikan aturan dan prinsip dasar yang menjadi landasan bagi pembentukan organisasi ekonomi modern.

Berdasarkan keputusan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Nomor 91/Kep/IV/KUKM/IX/2004 tentang petunjuk pelaksanaan kegiatan usaha koperasi jasa keuangan syariah memberikan pengertian bahwa koperasi simpan pinjam syariah

atau KJKS adalah koperasi yang kegiatan usahanya bergerak dibidang pembiayaan, investasi dan simpanan sesuai pola bagi hasil (Syariah).⁴

Koperasi Syariah Al-Mawaddah ngunut merupakan salah satu lembaga keuangan mikro syariah yang mempunyai berbagai macam produk-produk yang berbasis syariah. Koperasi Syariah Al-Mawaddah secara operasional telah berjalan sejak tanggal 27 Juli 2011 telah mendapatkan pengesahan Badan Hukum oleh Menteri Koperasi dan Pengusaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tulungagung dengan Nomor Badan Hukum : 188.4/570/bh/xvi.29/115/2011.⁵

Promosi merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk lain dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Kegiatan promosi yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya. Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru.⁶

Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relative murah, serta mudah untuk di peroleh, jika

⁴ Ahmad Iflan Sholihin, *Pedoman Umum Lembaga Keuangan Syariah* , (Yogyakarta:Gramedia, 2010), hal.456

⁵ Dokumen Koperasi Syariah Al-Mawaddah,2017

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta :Rajawali pers,2014), hal.246

tidak disertai dengan promosi yang baik maka tingkat penjualannya tidak akan maksimal. Jika ingin mencapai tingkat penjualan yang maksimal, maka seorang perusahaan harus meningkatkan promosi tersebut seperti periklanan, dan promosi yang gencar.

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Penentuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank. Di samping lokasi yang strategis, hal lain yang juga mendukung lokasi tersebut adalah layout gedung dan layout ruangan bank itu sendiri. Penetapan layout yang baik dan benar akan menambah kenyamanan nasabah dalam menghubungkan dengan bank.⁷

Lokasi juga di katakan sangat penting karena merupakan jejaring dimana produk dan jasa bank di sediakan dan dapat di dimanfaatkan oleh nasabah. Apalagi di lembaga keuangan syariah seperti koperasi maupun BMT yang belum memiliki mesin ATM. Jadi itu juga akan mempengaruhi keputusan nasabah oleh karena itu penempatan lokasi yang strategis sangatlah penting. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih lokasi yang tepat yaitu : dekat dengan wilayah pasar,pabrik,kantor, maupun perumahan masyarakat.

Pengambilan keputusan nasabah dipengaruhi oleh stimulasi yang berasal dari luar dari nasabah. Stimulasi dari luar ini terdiri dari dua

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: kencana, 2004), hal.163

macam, yaitu stimuli pemasaran dan stimuli lain-lain. Stimuli pemasaran meliputi bauran pemasaran jasa yang meliputi 7p, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*), bukti fisik (*physical evidence*), proses penyediaan jasa hingga nasabah dapat memanfaatkan jasa perbankan (*processes*), dan karyawan yang memberikan layanan dalam penyediaan jasa perbankan (*people*).⁸ Dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel promosi dan lokasi karena di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut masalah yang sering ditemukan berkaitan dengan dua variabel tersebut yaitu promosi dan lokasi sedangkan yang sisanya tidak terlalu bermasalah bagi Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut.

Pembiayaan murabahah merupakan akad jual beli dimana bank syariah menyebutkan keuntungannya (*margin*). Bank bertindak sebagai penjual dan nasabah bertindak sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank ditambah dengan keuntungan.⁹ Dalam istilah ini dapat diartikan sebagai suatu perjanjian yang telah di sepakati antara bank dengan nasabah, dimana bank menyediakan pembiayaan suatu produk dengan tambahan jumlah keuntungan yang telah disepakati antara bank dan nasabah. Pembayaran dalam murabahah dapat dilakukan secara tunai maupun dengan angsuran.

Pengetahuan nasabah tentang produk lembaga keuangan syariah sangat berpengaruh terhadap kualitas produk dan pelayanannya, oleh karena itu pengelola yang berkecimpung dalam lembaga keuangan

⁸ Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenamedia group, 2017), hal.84

⁹ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah.....*, hal.18

syariah suatu hal pokok yang harus dimiliki oleh lembaga. Kemampuan teknis, pemahaman, akan ketentuan dan prinsip syariahnya. Dalam lembaga keuangan syariah, keputusan nasabah dalam memilih lembaga keuangan syariah merupakan hal yang sangat penting. Nasabah mungkin lebih memilih produk yang menurutnya lebih berkualitas bagus dan paling banyak di minati oleh nasabah. Oleh sebab itu maka perlu dilakukan pemasaran yang luas agar lembaga keuangan syariah lebih di kenal oleh masyarakat secara umum apalagi jika produk dan pelayanannya baik.

Menurut Nurrohmah dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh produk dan biaya terhadap keputusan pembiayaan Murabahah Studi pada BMT Surya Madani Ngemplak Boyolali, yang menyarankan untuk menggunakan variabel lain yang berbeda yang dapat mempengaruhi keputusan pembiayaan murabahah misalnya seperti marketing mix, perilaku konsumen dan lain sebagainya.¹ Jadi dari rekomendasi penelitian terdahulu ini yang menjadi alasan untuk mengambil variabel bebasnya sebagai promosi dan lokasi. Karena promosi dan lokasi bagian dari marketing mix. dan juga alasan mengambil pembiayaan murabahah karena di koperasi Syariah Al-Mawaddah pembiayaan murabahah sebagai produk unggulan yang di minati oleh calon anggota.¹

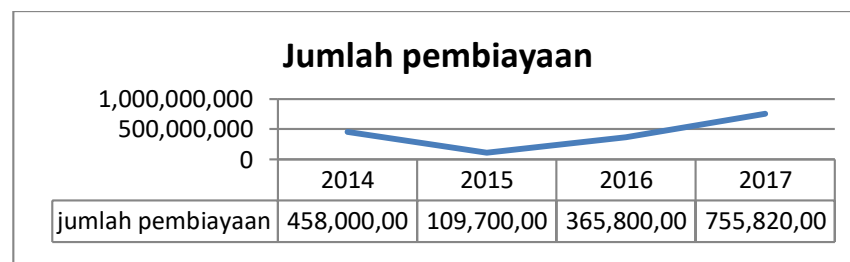
Pertumbuhan Lembaga Keuangan Syariah akan semakin tinggi apabila masyarakat memiliki permintaan dan antusias yang tinggi di

¹ Novi Ayu Nurrohmah, *Pengaruh produk dan biaya terhadap keputusan pembiayaan Murabahah Studi pada BMT Surya Madani Ngemplak Boyolali*. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017, hal 72

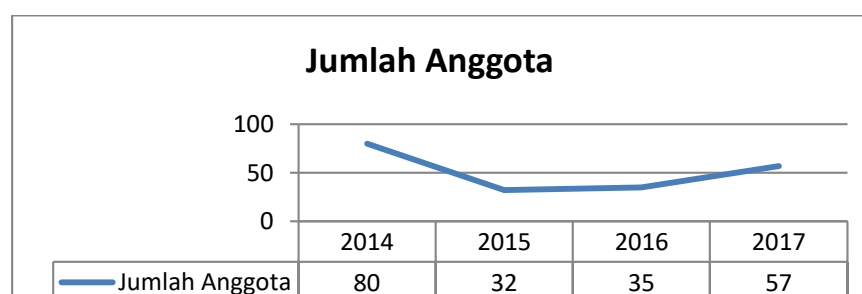
karenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang lembaga keuangan syariah beserta produk-produk syariah, pihak lembaga juga harus tahu bahwa dengan cara apa dan bagaimana agar pihak lembaga juga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat atau nasabah.

Berdasarkan data Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Perkebang Koperasi Syariah Al-Mawaddah dapat di lihat dari Grafik dibawah ini. Berikut adalah data mengenai pembiayaan murabahah dan data anggota pembiayaan murabahah di koperasi Syariah Al- Mawaddah dari tahun 2014-2017.

Grafik 1.1 Data Jumlah Pembiayaan Murabahah Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Tahun 2014-2017



Grafik 1.2 Data Jumlah Anggota Pembiayaan Murabahah Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Tahun 2014-2017



Sumber : Data Koperasi Syariah Al-Mawaddah

Berdasarkan tabel 1.1 dan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa pembiayaan murabahah dan jumlah anggotanya dari tahun ketahun mengalami kenaikan dan penurunan. Pada tahun 2014 memiliki jumlah anggota yang cukup banyak namun di tahun 2015 jumlah anggota pembiayaan murabahah mengalami penurunan yang begitu pesat. Akan tetapi di tahun 2016 dan 2017 jumlah anggota pembiayaan murabahah mengalami kenaikan secara terus menerus.

Berdasarkan dari tabel tersebut peneliti berasumsi bahwa Koperasi Syariah Al-mawaddah perlu meningkatkan Promosi untuk meningkatkan jumlah penjualan serta bertujuan untuk menarik calon anggota dengan menonjolkan keunggulan barang yang dijualnya. Agar masyarakat bisa termotivasi untuk menjadi anggota di Koperasi Syariah Al-Mawaddah. Tidak hanya itu saja, dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi maka di butuhkan lokasi yang tepat dan strategis untuk menarik minat masyarakat, namun di Koperasi Syariah Al-Mawaddah belum memiliki cabang tersendiri dan masih berdiri sendiri, itu juga mempengaruhi keputusan calon anggota memilih pembiayaan di Koperasi tersebut. Koperasi Syariah Al-Mawaddah perlu meningkatkan pemasaran yang lebih pesat lagi dengan melakukan promosi yang lebih luas dan letak lokasi yang strategis (cabang baru) sehingga akan membuat koperasi syariah semakin berkembang dan dikenal oleh masyarakat secara umum.

Dalam kaitan uraian di atas, maka penulis memilih objek penelitian pada Koperasi Syariah Al-Mawaddah desa Samir Kecamatan ngunut yang

merupakan lembaga keuangan syariah dengan lingkup mikro dengan prinsip syariah yaitu prinsip bagi hasil, selain itu letak Koperasi Syariah Al-Mawaddah tidak jauh dari masyarakat di sekitarnya sehingga banyak masyarakat sekitar yang menggunakan jasa di Koperasi Syariah Al-Mawaddah, serta memperluas pemasaran dengan melakukan promosi itu juga akan mempengaruhi kesejahteraan koperasi syariah Al-Mawaddah agar koperasi syariah Al-Mawaddah lebih di kenal dan diketahui oleh masyarakat secara umum, bahwa disana memiliki produk-produk yang berbasis syariah. Karena jika semakin banyak yang mengenal dan tau akan adanya koperasi syariah Al-Mawaddah maka akan semakin tinggi pula masyarakat memutuskan untuk menjadi anggota di Koperasi Syariah Al-Mawaddah.

Kondisi Koperasi Syariah Al-Mawaddah yang masih mempunyai produk yang relative sedikit dan tetap, strategi pemasaran yang masih kurang, promosi yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan Koperasi Syariah Al-Mawaddah kurang di kenal masyarakat secara umum. Hal ini menjadi fenomena yang sangat menarik untuk di teliti. lokasi yang strategis akan memberikan kemudahan bagi para anggota dalam melakukan transaksi. Karena kenyamanan, kepercayaan, kepuasan, dan pengetahuan informasi anggota sangat di perlukan untuk kelangsungan hidup Koperasi Syariah Al-Mawaddah.

Berdasarkan Latar belakang yang telah di kemukakan diatas, maka penelitian ini mengambil judul yaitu **“Pengaruh Promosi dan Lokasi**

Kantor Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Pembiayaan Murabahah Di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung”

B. Identifikasi Masalah

1. Promosi : masalah yang timbul yaitu tentang penyampaian informasi mengenai promosi yang kurang luas seperti kurang adanya informasi melalui media cetak maka perlu meningkatkan kemampuan informasi mengenai promosi sehingga dapat menarik calon anggota untuk memilih produk-produk yang ada di lembaga tersebut.
2. Lokasi : masalah yang timbul yaitu tentang penempatan lokasi yang kurang strategis yang masih jauh dari perkotaan, sehingga secara umum masih banyak calon anggota yang belum mengetahui letak lembaga tersebut, maka perlu perluasan lokasi yang strategis (cabang baru) agar mudah di jangkau dan di ketahui oleh calon anggota.
3. Keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah : masalah yang timbul adalah dimana mereka memperoleh informasi yang kurang lengkap serta untuk menarik minat calon anggota, maka promosi dan lokasi perlu di tingkatkan lagi untuk menambah jumlah anggota pembiayaan murabahah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan-permasalahan yang ada dapat di rumuskan sebagai berikut :

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di koperasi syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung?
2. Apakah lokasi kantor berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di koperasi syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung?
3. Apakah promosi dan lokasi kantor secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di koperasi syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung.
3. Untuk menguji promosi dan lokasi terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan murabahah di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan di antaranya :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penambahan ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan keputusan anggota memilih pembiayaan yang dipengaruhi promosi dan lokasi di dalam lembaga keuangan syariah.

2. Kegunaan Praktis

Memberikan gambaran tentang pengaruh promosi dan lokasi kantor terhadap keputusan menjadi anggota pembiayaan.

a. Bagi Akademis

Dapat memberikan manfaat berupa tambahan kepuasan atau referensi mengenai masalah seputar promosi, lokasi kantor dan minat masyarakat untuk menjadi anggota pembiayaan murabahah.

b. Bagi Lembaga Koperasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada lembaga keuangan syariah, khususnya pada koperasi syariah Al-Mawaddah ngunut dalam meningkatkan jumlah anggota dan juga untuk mengembangkan inovasi-inovasi baru di masa yang akan datang.

c. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk memberikan referensi pada penelitian selanjutnya agar mempermudah dalam menghasilkan sebuah penelitian. Serta memberikan informasi tambahan tentang promosi dan lokasi kantor yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota pembiayaan di lembaga keuangan syariah. Serta diharapkan untuk menambah variabel bebas di luar variabel yang telah diteliti.

F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

Untuk mengatasi agar permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini tidak meluas dari pokok permasalahan yang telah ditentukan dan dapat tercapai pada sasaran serta tujuan dengan baik, maka penulis perlu memberikan batasan-batasan permasalahan sebagai berikut :

- a. Penelitian ini hanya berfokus pada promosi dan lokasi kantor terhadap keputusan anggota memilih pembiayaan atau justru sebaliknya.
- b. Adapun yang menjadi objek dari peneliti ini adalah salah satu lembaga keuangan yang berada di wilayah ngunut yakni Koperasi Syariah Al-Mawaddah Ngunut Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

Untuk menghindari kesalah pahaman pengertian terhadap judul diatas, maka penulis berusaha menjelaskan beberapa istilah yang terkandung dalam judul tersebut, yaitu sebagai berikut :

a. Keputusan Anggota

Merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual. Kotler berpendapat bahwa pengertian keputusan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar benar membeli.¹

b. Promosi

Merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Biasanya dalam kegiatan promosi, Perusahaan berusaha menyajikan keunggulan barang yang dijualnya, namun jika hal tersebut dilakukan berlebihan maka itu tidak baik. Secara umum promosi dapat dilakukan melalui penjualan pribadi, Periklanan, publikasi, promosi penjualan dan hubungan masyarakat.¹

c. Lokasi

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual belikannya produk perbankan dan pusat pengendalian perbankan. Pententuan lokasi suatu cabang bank merupakan salah satu kebijakan yang sangat penting. Bank yang terletak dalam lokasi yang strategis sangat memudahkan nasabah dalam berurusan dengan bank.¹

¹ Philipin Kotler, *Manajemen Pemasaran jilid 2 edisi kesebelas*, (Jakarta:Indeks, 2005), hal.98

¹ Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah...*, hal:234

¹ Kasmir, *Pemasaran Bank...*, hal.163

2. Penegasan Operasional

- a. Keputusan anggota merupakan kegiatan untuk memilih di antara berbagai pilihan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sehingga berakhir dengan keputusan. Indikator pada variabel ini meliputi mengenali kebutuhan, perilaku pasca pembelian, evaluasi alternative, pencarian informasi dan pengambilan keputusan.
- b. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan. Promosi juga diukur dari indikator melalui periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas.
- c. Lokasi merupakan tempat dimana suatu jenis atau bidang usaha akan dilaksanakan. Lokasi juga diukur dari indikator dekat dengan pasar, dekat dengan perumahan, dekat dengan pabrik, dekat dengan perkantoran, dan Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi.

H. Sistem Penulisan Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan pedoman skripsi Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Untuk mempermudah pemahaman, maka penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan buku pedoman skripsi. Sistematika penelitian ini berisi tentang isi keseluruhan penelitian yang terdiri dari bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir penelitian.

Bagian awal skripsi ini terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan dosen pembimbing,

motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak.

Bagian ini terdiri dari 5 bab, yaitu :

BAB I Pendahuluan, untuk memberikan gambaran secara singkat apa yang akan dibahas dalam skripsi yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup, keterbatasan penelitian, penegasan istilah, system penulisan skripsi.

BAB II Landasan teori yang meliputi pembahasan semua variabel yang didasarkan pada teori, yaitu teori promosi, lokasi dan keputusan anggota, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III Pendekatan dan jenis penelitian, populasi sampling dan sampel, sumber data, variabel, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.

BAB IV Hasil penelitian, dalam bab ini memuat deskripsi singkat hasil penelitian, terdiri dari deskripsi penelitian, deskripsi variabel responden, deskripsi variabel penelitian, serta analisis data.

BAB V Pembahasan, dalam pembahasan ini merupakan jawaban dari hipotesis yang diteliti, jumlah dari pembahasan ini sama dengan jumlah hipotesis yang diteliti.

BAB VI Penutup, dalam bab ini ditemukan kesimpulan dari hasil pembahasan, implikasi penelitian dan memberikan saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan.

Pada bagian akhir skripsi terdiri dari daftar pustaka, lampiran-lampiran, serta pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.