

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran (7P) Terhadap Keputusan Menjadi Anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu” ini ditulis oleh Bintang Maharani dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 17401153201, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan Pembimbing Dr. Chusnul Chotimah, M. Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena perkembangan perekonomian saat ini yang mengakibatkan semakin besarnya persaingan di dunia perekonomian. Lembaga Keuangan Syariah pada masa terdahulu masih diragukan, namun saat ini dengan maraknya kebutuhan ekonomi yang kian meningkat, maka Lembaga Keuangan Syariah seperti BMT mulai di perhitungkan, hal ini disebabkan karena BMT menjangkau golongan masyarakat yang memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah. Oleh karena itu, BMT Sinar Amanah berupaya mengenalkan kepada masyarakat dengan cara menerapkan bauran pemasaran (7P). Peneliti memilih judul ini karena ingin mengetahui pengaruh bauran pemasaran 7(P) terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah.

Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah : Apakah produk, harga, lokasi, promosi, fasilitas fisik, orang dan proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu secara parsial? Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi, promosi, fasilitas fisik, orang, dan proses secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel dari penelitian ini sebanyak 79 dari 382 anggota dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Peneliti menggunakan metode kuesioner dan menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda.

Dari hasil analisis regresi linier berganda dimana Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah. Sedangkan fasilitas fisik berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah. Orang dan Proses tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu. Dan Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Fasilitas Fisik, Orang dan Proses secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota BMT Sinar Amanah Boyolangu.

**Kata kunci:** Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Fasilitas Fisik, Orang, Proses dan Keputusan Anggota

## **ABSTRACT**

*Thesis titled “Influence of Marketing mix (7P) Toward a Decision Become a Member in the BMT Sinar Amanah Boyolangu” is written by Bintang Maharani, NIM 17401153201, Faculty of Economics and Islamic Business, Departemen of Islamic Banking, Tulungagung State Islamic Institute guided by Dr. Chusnul Chotimah, M. Ag.*

*This research was motivated by the phenomenon of current economic developments which resulted in increasing competition in the world of the economy. Sharia Financial Institutions in the past were still in doubt, but nowadays with the increasing economic needs, Islamic Financial Institutions such as BMTs have begun to be calculated, this is because BMT reaches the lower class of society. Therefore, Sinar Amanah BMT seeks to introduce to the community by implementing a marketing mix (7P). The researcher chose this title because he wanted to know the effect of the marketing mix 7 (P) on the decision to become a member of the Sinar Amanah BMT.*

*The formulation of the problem in this thesis research is: Are the product, price, location, promotion, physical facilities, people and processes significantly influence the decision to become a member of BMT Sinar Amanah Boyolangu partially? The purpose of this study is to determine the effect of products, prices, locations, promotions, physical facilities, people, and processes simultaneously or jointly on the decision to become members of the BMT Sinar Amanah Boyolangu.*

*This study uses a quantitative approach with the type of associative research. Samples from this study were 79 out of 382 members using probability sampling techniques. The researcher used the questionnaire method and used data analysis with multiple linear regression.*

*From the results of multiple linear regression analysis where Products, Prices, Locations, and Promotions have a positive and significant effect on the decision to become members of the Sinar Amanah BMT. Whereas physical facilities have a negative and significant effect on the decision to become members of the Sinar Amanah BMT. People and Processes have no effect on the decision to become members of the BMB Sinar Amanah Boyolangu. And Products, Prices, Locations, Promotions, Physical Facilities, People and Processes simultaneously have a positive and significant effect on the decision to become members of the BMB Sinar Amanah Boyolangu.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Products, Prices, Location, Promotion, Physical Facilities, People, Processes and Member Decisions*