

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Pengetahuan Anggota terhadap Keputusan menjadi Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung” ini ditulis oleh Efa Khasanah, NIM. 17401153185. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, dengan pembimbing Dyah Pravitasari, S.E., M.SA.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin tingginya minat masyarakat untuk melakukan transaksi di koperasi syariah membuat jumlah koperasi syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berdasarkan hal tersebut, bauran pemasaran disertai dengan pemberian edukasi tentang produk dan kenggulannya, merupakan serangkaian proses yang harus dilakukan dalam menarik minat masyarakat menjadi anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah ada pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung? (2) Apakah ada pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung? (3) Apakah bauran pemasaran dan pengetahuan anggota secara bersama-sama mempengaruhi keputusan menjadi anggota pada KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jenis data yang digunakan adalah data primer dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Systematic Random Sampling*, dengan jumlah populasi anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung sebesar 7.889 anggota, sehingga melalui perhitungan rumus slovin diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 99 responden. Metode analisisnya menggunakan regresi linear berganda, dengan uji yang digunakan adalah: uji normalitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari multikolinieritas dan heterokedastisitas, kemudian uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan analisa regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa (1) Ada pengaruh bauran pemasaran secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. (2) Ada pengaruh pengetahuan anggota secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. (3) secara bersama-sama dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  10% menunjukkan bahwa bauran pemasaran dan pengetahuan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

Kata Kunci: bauran pemasaran, pengetahuan anggota, keputusan menjadi anggota

## ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Marketing Mix and Member Knowledge on the Decision to Become a Member of Sharia Financing and Savings Loans Cooperative at Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung" was written by Efa Khasanah, NIM. 17401153185. Islamic Banking Department, Faculty of Economics and Business Islam, IAIN Tulungagung, with supervisor Dyah Pravitasari, S.E., M.SA.

This research is motivated by the increasing interest of the community to conduct transactions in Islamic cooperatives, making the number of Islamic cooperatives increase every year. Based on this, the marketing mix accompanied by providing education about the product and its contribution, is a series of processes that must be carried out in attracting the interest of the community to become members of the KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung. The formulation of the problem in this study are: (1) Is there any effect of the marketing mix on the decision to become a member of the KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung? (2) Is there any influence on the knowledge of members towards the decision to become a member of the KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung? (3) Does the marketing mix and the knowledge of members jointly influence the decision to become a member of the KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung?

The method in this study uses a quantitative approach with the type of associative research. The type of data used is primary data with data collection techniques used are questionnaires. The sampling technique used in this study was Sistematic Random Sampling, with the population of members of the KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung amounting to 7,889 members, so that through calculation of the Slovin formula it was found that the number of samples used in this study were 99 respondents. The analysis method uses multiple linear regression, with the tests used are: normality test, classic assumption test consisting of multicollinearity and heterocedasticity, then multiple linear regression test, and hypothesis testing.

Based on the results of tests that have been carried out using multiple linear regression analysis, it can be concluded that (1) There is a positive and significant influence of the marketing mix on the decision to become a member of the BTM Surya KSPPS Madinah Tulungagung. (2) There is a positive and significant influence of member knowledge on the decision to become a member of the BTM Surya KSPPS Madinah Tulungagung. (3) together with a significance level of  $\alpha$  of 10%, it shows that the marketing mix and knowledge of members have a positive and significant influence on the decision to become a member of KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung.

Keywords: marketing mix, member knowledge, decision to become a member