

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, dan Promosi terhadap Minat Anggota Memilih Produk Pembiayaan *Murabahah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung” ini ditulis oleh Evi Novia Santi, NIM. 17401153181, jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan Pembimbing oleh Dyah Pravitasari, M.SA.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh pentingnya perilaku konsumen. Salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan perilaku konsumen adalah dengan meningkatkan minat anggota, indikator yang mempengaruhi minat anggota adalah pengetahuan, lokasi, dan promosi. Pengetahuan yang dimiliki oleh anggota maupun calon anggota akan menimbulkan pengaruh terhadap minat anggota. Selain itu, yang paling penting dalam meningkatkan minat anggota adalah lokasi yang strategis, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau akan mempengaruhi minat calon anggota untuk menggunakan produk yang ditawarkan oleh BMT. Begitu juga dengan melakukan promosi maka dengan memberikan informasi yang baik tentang produk atau jasa yang ditawarkan juga akan mempengaruhi minat anggota.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh pengetahuan produk pembiayaan *Murabahah* terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah*, menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat anggota, serta menganalisis pengaruh promosi terhadap minat anggota menggunakan produk pembiayaan *Murabahah* di Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah *Baitul Maal Wa Tamwil* Perekonomian Tasyrikah Agung Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota pembiayaan *Murabahah* di KSPPS BMT PETA Tulungagung tahun 2018 yang berjumlah 31 anggota dan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 31 anggota. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah total sampling.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Uji instrumen yang digunakan untuk menghasilkan penelitian yang akurat yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji statistik yang terdiri dari uji  $t$  untuk menguji variabel secara parsial, serta uji  $F$  untuk menguji antar variabel secara bersama-sama. Sedangkan uji asumsi klasik ditujukan untuk mengetahui apakah ada pelanggaran dalam model regresi yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pada uji statistik menunjukkan bahwa hasil uji  $t$  menunjukkan variabel pengetahuan, lokasi dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat anggota memilih produk pembiayaan *Murabahah* dan hasil uji  $F$  menunjukkan seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumen, Pengetahuan, Lokasi, Promosi, Minat Anggota.

## **ABSTRACT**

*Thesis with the title "The Influence of Knowledge, Location, and Promotion on Members' Interest in Choosing Murabahah Financing Products at Baitul Maal Wa Tamwil Loan and Islamic Financing Cooperative at the Great Tulungagung Tasyrikah Economy" written by Evi Novia Santi, NIM. 17401153181, majoring in Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung with Supervisor by Dyah Pravitasari, M.SA.*

*The research in this thesis is motivated by the importance of consumer behavior. One way that is used to improve consumer behavior is to increase members' interest, indicators that influence member interest are knowledge, location, and promotion. Knowledge possessed by members and prospective members will have an influence on members' interests. In addition, the most important thing in increasing member interest is the strategic location, strategic location and easily accessible will affect the interest of prospective members to use the products offered by BMT. Likewise with conducting promotions, by providing good information about the products or services offered will also affect the interests of members.*

*The purpose of this study was to analyze the effect of knowledge of Murabahah financing products on members' interest in choosing Murabahah financing products, analyze the influence of location on member interests, and analyze the influence of promotions on members' interest in using Murabahah financing products at Baitul Maal Wa Tamwil Savings and Loan Cooperative. This study uses a quantitative approach. The population used in this study were members of the Murabahah financing in KSPPS BMT Tulungagung PETA in 2018 which amounted to 31 members and the number of samples taken in this study were 31 members. The sampling technique in this study was total sampling.*

*The analysis technique used in this study is multiple linear regression. Test instruments used to produce accurate research consisting of validity and reliability tests, statistical tests consisting of t-test to test variables partially, and F test to test between variables together. While the classic assumption test is intended to determine whether there is a violation in the regression model consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test. The statistical test shows that the results of the t test show that knowledge, location and promotion variables have a positive and significant effect on the interest of members choosing Murabahah financing products and the results of the F test show all the independent variables have a positive and significant influence on the dependent variable.*

**Keywords:** *Consumer Behavior, Knowledge, Location, Promotion, Member Interest.*