

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Perbandingan Loyalitas Anggota Pembiayaan ditinjau dari Citra Lembaga dan Promosi di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung” ini ditulis oleh Rosa Restu Erlana, NIM. 17401153056, pembimbing Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Dalam lembaga keuangan syariah, untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat diperlukan strategi pemasaran yang baik dalam menjalankan sebuah usaha sehingga dapat meningkatkan loyalitas anggota/nasabah. Citra lembaga dan promosi merupakan strategi pemasaran yang dapat menjadi faktor untuk meningkatkan loyalitas anggota/nasabah. Setiap lembaga keuangan syariah tentunya mempunyai tingkat loyalitas anggota/nasabah yang berbeda-beda tergantung bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Citra Lembaga di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung, Promosi di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung, dan perbedaan Loyalitas Anggota Pembiayaan ditinjau dari Citra Lembaga dan Promosi di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis independent t test. Jenis dan pendekatan penelitian ini adalah komparatif dan penelitian kuantitatif. Sumber data adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah teknik penyebaran angket dan dokumentasi. Sampel yang digunakan adalah 90 dengan 45 BMT Pahlawan Tulungagung dan 45 BMT Muamalah Tulungagung dengan menggunakan teknik probability random sampling. Pengolahan data menggunakan SPSS 16. Analisis data yang digunakan antara lain Uji Deskriptif dan Uji Independent t test.

Hasil dari analisis deskriptif penelitian ini menunjukkan bahwa citra lembaga di BMT Muamalah Tulungagung lebih baik daripada citra lembaga BMT Pahlawan Tulungagung. Promosi di BMT Muamalah Tulungagung lebih baik daripada promosi di BMT Pahlawan Tulungagung. Dari hasil uji independent t test bahwa terdapat perbedaan loyalitas anggota pembiayaan ditinjau dari citra lembaga dan promosi di BMT Pahlawan Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung dengan nilai signifikansi 0,018. Ini membuktikan bahwa citra lembaga dan promosi dapat menarik kepercayaan sehingga menumbuhkan loyalitas anggota pembiayaan.

Kata kunci : *Citra Lembaga, Promosi dan Loyalitas Anggota Pembiayaan*

## ABSTRACT

*Thesis entitled "Comparison of Financing Member Loyalty in terms of Institution Image and Promotion at BMT Pahlawan Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung" was published by Rosa Restu Erlana, NIM. 17401153056, supervisor by Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.*

*In Islamic financial institutions, to get public trust a good marketing strategy is needed in running a business so that it can increase the loyalty of members / customers. Institution image and promotion is a marketing strategy that can be a factor to increase member / customer loyalty. Each Islamic financial institution certainly has a different level of loyalty of members / customers depending on how the marketing strategy is carried out. Therefore this study aims to determine the Institution Image at BMT Pahlawan Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung, Promotion at BMT Pahlawan Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung, and differences in Financing Member Loyalty in terms of Institution Image and Promotion at BMT Pahlawan Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung.*

*The research method used is the independent t test analysis method. The type and evaluation of this research are comparative and quantitative research. The data source is primary data. Data collection techniques are questionnaire distribution techniques and documentation. The sample used was 90 with 45 BMT Pahlawan Tulungagung and 45 BMT Muamalah Tulungagung using probability random sampling techniques. Processing data using SPSS 16. Analysis of data used among others Descriptive Test and Independent t Test.*

*The results of the descriptive analysis of this study show that the Image of Institutions at BMT Muamalah Tulungagung is better than the image of the BMT Pahlawan Tulungagung institution. Promotions at BMT Muamalah Tulungagung are better than promotions at BMT Pahlawan Tulungagung. From the results of the independent t test that there are differences the financing members loyalty in terms of the institution images and promotion at the BMT Pahlawan Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung with a significance value of 0.018. This proves that the institution image and promotion can attract trust so that it fosters the financing members loyalty.*

*Keywords: Institution Image, Promotion and Financing Member Loyalty*