

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Anggota Pembiayaan Murabahah di KSPPS Tunas Artha Mandiri Cabang Tulungagung dan Loyalitas Anggota Pembiayaan Musyarakah di BMT Amanah Margomulyo Trenggalek” ini ditulis oleh Nur Aini Munfarida, NIM 17401153113 Pembimbing Bapak Muhamad Aqim Adlan, M.E.I

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya persaingan lembaga keuangan syariah seperti Koperasi syariah dan BMT yang sekarang mulai tumbuh diberbagai daerah. Hubungan antara lembaga keuangan syariah dengan anggota akan menumbuhkan loyalitas masyarakat dan mewujudkan kualitas pelayanan yang sangat baik kepada anggota. Pelayanan yang memuaskan akan menumbuhkan sikap loyalitas anggota sehingga dapat mempengaruhi keberhasilan dan keberadaan lembaga keuangan syariah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas anggota? (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas anggota? (3) Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas anggota? (4) Apakah komunikasi pemasaran, kualitas pelayanan dan kepuasan secara bersama- sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di KSPPS Tunas Artha Mandiri Tulungagung dan loyalitas anggota pembiayaan *musyarakah* di BMT Amanah Trenggalek?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *probability sampling*. Sementara cara pengambilan sampel menggunakan *Simple random sampling* yaitu pemilihan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Tahap selanjutnya, uji instrumen data dengan Uji Validitas dan Reliabilitas, uji asumsi klasik dan Regresi Linier Berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan (1) Komunikasi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. (3) kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. (4) Komunikasi pemasaran, Kualitas pelayanan dan Kepuasan secara bersama- sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota pembiayaan *murabahah* di KSPPS Tunas Artha Mandiri Tulungagung dan loyalitas anggota pembiayaan *musyarakah* di BMT Amanah Trenggalek.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Anggota

ABSTRACT

Thesis untitled “The Impact of Marketing Communication, Service Quality and Satisfaction to The Loyalty of The Members of Murabahah Payment in KSPPS Tunas Artha Mandiri Cabang Tulungagung and The Loyalty of The Members of Musyarakah in BMT Amanah Margomulyo Trenggalek” is written by Nur Aini Munfarida, NIM 17401153113 Advisor Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

The thesis has its backgrounded by the high of competition of syariah financial institution such as Syariah Cooperation and BMT which are started to grow in several areas. The corelation between syariah financial institution with the members will grow society’s loyalty and manifest the best service quality to the members. The satisfaction sevicees will grow members loyalty so that it can impact to the successful and the syariah financial institutution being.

The research problems are (1) Does the marketing communication impact to the members loyalty? (2) Does the service quality impact to the members loyalty? (3) Does the satisfaction impact ti the members loyalty? (4) Do the marketing communication, service quality and the satisfaction simultaneously impact to the members loyalty in *murabahah* payment in KSPPS Tunas Artha Mandiri Tulungagung and the members loyalty in *musyarakah* payment in BMT Amanah Trenggalek?

The research uses quantitative approach with assosiative research. Taking sampling by using *prbability sampling* technique. Meanwhile the way of taking samplinh by using *Simple random sampling* which is choosing sample by random without knowing the strata of its data. Data souch in this research in primary data. Then, the measurement of this research is using likert scale. Next phase, data instrument test by Validity Test and Reliability, Clasic Assumption Test and Double Linier Regresion which has function to imprve research hipotesis.

The research result show (1) The Marketing Communication gives possitive and significant impact to the members loyalty. (2) The services quality gives possitive and significant impact to the members loyalty. (3) The Satisfaction gives possitive and significant impact to the members loyalty. (4) The marketing communication, services quality and the satisfaction simultaneously give possitive and significant impat to the members loyalty in *murabahah* payment in KSPPS Tunas Artha Mandiri Tulungagung and the members loyalty in *musyarakah* payment in BMT Amanah Trenggalek.

Keyword: The Marketing Communication, The Services Quality, The Satisfaction and The Members Loyalty