

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Anggota Dalam Memilih Pembiayaan Musyarakah Melalui Kepuasan Anggota Sebagai Varaibel Intervening Pada Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung” ini ditulis oleh Tutut Purwaningrum, NIM. 17401153168, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan Perbankan Syariah, IAIN Tulungagung Dosen Pembimbing Sri Dwi Estiningrum, S.E. Ak., C.A. MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan anggota memilih pembiayaan musyarakah dan kepuasan anggota yang menjadi prioritas utama pada penelitian ini. Persaingan bisnis yang semakin kompetitif diantara lembaga keuangan mendorong untuk meningkatkan dan memperbaiki strategi pemasarannya. Keputusan pembiayaan yang dilakukan oleh anggota Koperasi Syariah BTM Surya Dana Campurdarat Tulungagung diharapkan bisa menimbulkan kepuasan para anggota pada produk dan jasa yang telah digunakan oleh para anggota.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh secara langsung antara Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik terhadap Keputusan Anggota melalui Kepuasan Anggota; pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, jenis penelitian asosiatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan kuesioner yang diberikan kepada anggota pembiayaan musyarakah tahun 2018 yang berjumlah 79 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*Path Analysis*) dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan menggunakan SPSS versi 23.

Hasil penelitian dari analisis jalur menunjukkan bahwa Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Anggota melalui Keputusan Anggota; pada Koperasi Syariah Baitul Tamwil muhammadiyah Surya Dana Campurdarat Tulungagung. Kondisi ini dapat disimpulkan bahwa Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses dan Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Anggota maupun tidak langsung yang dimediasi oleh Kepuasan Anggota.

Kata kunci: Produk, Harga, Tempat, Promosi, Orang, Proses, Bukti Fisik, Keputusan Anggota dan Kepuasan Anggota.

## **ABSTRACT**

The thesis entitled "The Effect of Marketing Mix towards Member Decisions in Choosing Musyarakah Financing through Member Satisfaction as Variable Intervening at BTM Surya Dana Sharia Cooperative Campurdarat Tulungagung" written by Tutut Purwaningrum, Register Number 17401153168, Faculty of Economics and Islamic Business, Departement of Islamic Banking, IAIN Tulungagung Advisor: Sri Dwi Estiningrum, S.E. Ak., C.A. MM.

This research is motivated by the decision of members to choose musyarakah financing and member satisfaction which is the top priority in this research. Increasingly competitive business competition among financial institutions encourages to improve and improve its marketing strategy. Financing decisions made by members of the at BTM Surya Dana Sharia Cooperative Campurdarat Tulungagung are expected to generate members' satisfaction with the products and services that have been used by the members.

The formulations of the problem in this research are Is there a direct effect between Product, Price, Place, Promotion, Person, Process and Physical Evidence towards Member Decisions through Member Satisfaction; at BTM Surya Dana Sharia Cooperative Campurdarat Tulungagung?

This research uses quantitative approach, and type of associative research. The data used in this research are primary data obtained by questionnaires given to members of the Musyarakah financing in 2018, amounting to 79 respondents. The data analysis technique used is path analysis with a significance level of 0.05 using SPSS 23.

The results of this research showed that Products, Prices, Places, Promotions, People, Processes and Physical Evidence have a positive and significant effect towards Member Decisions through Member Satisfaction; at BTM Surya Dana Sharia Cooperative Campurdarat Tulungagung. This condition can be concluded that Product, Price, Place, Promotion, Person, Process and Physical Evidence have a positive and significant effect towards Member Decisions and indirectly mediated by Member Satisfaction.

**Keywords:** Product, Price, Place, Promotion, Person, Process, Physical Evidence, Member Decision and Member Satisfaction.