

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Pengetahuan, dan Persepsi Terhadap Minat Anggota Menabung (Studi pada Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar)” ini ditulis oleh Nina Ayu Anggaini, Jurusan Perbankan Syariah, NIM. 17401153320, dengan dosen pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh tingkat pengetahuan anggota tentang koperasi syariah yang tergolong masih rendah, serta terbatasnya pemahaman anggota menyebabkan banyak anggota yang memiliki persepsi yang kurang baik mengenai operasional koperasi syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi koperasi syariah untuk menyamakan persepsi anggota agar menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap koperasi syariah. Dengan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh anggota, diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar dalam meningkatkan anggota.

Rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain: 1) apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?, 2) apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?, 3) apakah persepsi berpengaruh signifikan terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?, 4) apakah promosi, pengetahuan, dan persepsi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis sampel yang digunakan adalah *simpel random sampling*. Data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh dari penyebaran angket. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel promosi, pengetahuan dan persepsi terhadap minat anggota menabung di Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif responden, analisis deskriptif variabel, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi, pengetahuan, dan persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat anggota menabung. Nilai adjusted R^2 yaitu sebesar 13,3%, maka hal ini berarti variabel minat anggota menabung dapat dijelaskan oleh variasi variabel promosi, pengetahuan, dan persepsi. Sedangkan sisanya 86,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, Pengetahuan, Persepsi, Minat Menabung

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Promotion, Knowledge and Perception in Interest in Saving Members (Study On Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar)" was written by Nina Ayu Anggaini, Department of Islamic Banking, NIM. 17401153320, with advisor H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by the level of knowledge of members about sharia cooperatives that are still relatively low, and the limited understanding of members causes many members who have a poor perception of the operations of sharia cooperatives. So that it becomes a challenge for sharia cooperatives to equalize member's perceptions so as to create positive perceptions of sharia cooperatives. By providing information needed by members, is expected to provide great benefits in increasing members.

The research problem in this research include: 1) Does the promotion influential significant to the interest in saving members in Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?; 2) Does the knowledge influential significant to the interest in saving members in Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?; 3) Does the perception influential significant to the interest in saving members in Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?; 4) Does the promotion, knowledge and perception jointly influential significant to the interest in saving members in Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar?

This research uses quantitative approach method with type of associative research. The sampling using probability sampling technique with sample type used is simple random sampling. The data used are primary data, obtained from the questionnaire. Its to know how big influence promotion, knowledge and perception in interest in saving members in Koperasi Syariah Podojoyo Sejahtera Srengat Blitar, The analysis technique that used in this research is the descriptive analysis of respondents, the descriptive analysis of variables, the classical assumption test, the multiple linear regression analysis and the hypothesis testing.

The results showed that the promotion, knowledge, and perception variables have a significant positive effect on the interests of saving members. The adjusted R^2 value is 13.3%, so this means that members' interest in saving variables can be explained by promotion, knowledge, and perception variables. While the remaining 86.7% is influenced by other variables that not explained in this study.

Keywords: *Promotion, Knowledge, Perception, Interest in Saving*