

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Anggota Memilih Produk Pembiayaan Pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan Kopsyah Podojoyo Srengat Blitar” ini ditulis oleh Rizki Fatkhu Rohmah, NIM 17401153260 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah pembimbing Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya upaya dalam mempertahankan eksistensi produk pembiayaan ditengahnya gencarnya persaingan produk pembiayaan dari lembaga keuangan konvensional di wilayah Indonesia. Oleh karena itu, lembaga syariah dituntut untuk merumuskan strategi yang menarik demi memperahankan produknya khususnya pada produk pembiayaan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengambilan sampel dengan *probability sampling*. Sementara metodenya menggunakan sampel *simple random sampling* dengan jumlah 100 responden. Data yang digunakan adalah data data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran angket kepada Nasabah Pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan Kopsyah Podojoyo Srengat Blitar. Pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Product* berpengaruh positif signifikan terhadap minat anggota memilih pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan Kopsyah Podojoyo Srengat Blitar. (2) *Price* berpengaruh positif signifikan terhadap minat anggota memilih pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan Kopsyah Podojoyo Srengat Blitar. (3) *Promotion* berpengaruh positif signifikan terhadap minat anggota memilih pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan Kopsyah Podojoyo Srengat Blitar. (4) *Place* berpengaruh positif signifikan terhadap minat anggota memilih pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan Kopsyah Podojoyo Srengat Blitar. (5) *Product, Price, Promotion* dan *Place* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang simultan terhadap minat anggota memilih pembiayaan pada Kopontren Al Barkah Wonodadi Blitar dan Kopsyah Podojoyo Srengat Blitar

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Anggota, Pembiayaan.

## ABSTRACT

Thesis with title “The influence of Marketing Strategy on the Interest of Members Choosing Financing Products at Al Barkah Wonodadi Blitar Kopontren (Cooperation Islamic Boarding School) and Podojoyo Srengat Blitar Kopsyah (Sharia Cooperative)” Written by Rizki Fatkhu Rohmah, NIM 17401153260. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Economy, State Islamic Institute of Tulungagung. Advisor: Muhamad Aqim Adlan, M.E.I.

This research is motivated by efforts to maintain the existence of financing products amid the intense competition of financing products from conventional financial institutions in Indonesia. Therefore, Islamic institutions are required to formulate an attractive strategy in order to maintain their products, especially in financing products.

This research used quantitative methods with the type of associative research. Sampling with probability sampling. While the method used simple random samples with 100 respondents. The data used are primary data obtained from the distribution of questionnaires to Financing Customers at Al Barkah Wonodadi Blitar Kopontren and Podojoyo Srengat Blitar Syariah Cooperative. In this research used the validity and reliability test, normality test, classic assumption test, multiple linear regression test, t test, F test, and the coefficient of determination test.

The results showed that (1) *Product* has a significant positive effect on members interest in choosing financing at Al Barkah Wonodadi Blitar Kopontren and Podojoyo Sejahtera Blitar Syariah Cooperative. (2) *Price* has a significant positive effect on members interest in choosing financing at Al Barkah Wonodadi Blitar Kopontren and Podojoyo Sejahtera Blitar Syariah Cooperative. (3) *Promotion* has a significant positive effect on the interests of members choosing financing at Al Barkah Wonodadi Blitar Kopontren and Podojoyo Sejahtera Blitar Syariah Cooperative. (4) *Place* has a significant positive effect on the interests of members choosing financing at Al Barkah Wonodadi Blitar Kopontren and Podojoyo Sejahtera Blitar Syariah Cooperative. (5) *Product, Price, Promotion* and *Place* together have a simultaneous influence on the interests of members choosing financing at Al Barkah Wonodadi Blitar Kopontren and Podojoyo Sejahtera Blitar Syariah Cooperative.

**Keywords:** Marketing Strategy, Interest of Members, financing