

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Lokasi Terhadap Keputusan Anggota Memilih Produk Tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung” ini ditulis oleh Lia Nurdiana, NIM. 12401173515, pembimbing Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Penelitian ini dilatarbelakangi bisnis perbankan yang semakin pesat, baik dari lembaga keuangan bank maupun non bank. Sama halnya dengan lembaga keuangan mikro syariah yang semakin pesat kemajuannya. Keberhasilan atau kemajuan dalam operasional suatu lembaga keuangan mikro syariah, tidak lepas dari ketertarikan pada nasabah dalam mengambil keputusan untuk memilih jenis produk yang sesuai dengan kebutuhan. Karena untuk dapat bersaing, lembaga harus meningkatkan kualitas pelayanan, citra merek yang baik dan strategi lokasi agar dapat menarik hati konsumen.

Rumusan masalah dalam penelitian adalah : (1) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung?, (2) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung?, (3) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung?, (4) Apakah ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan di Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung?.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian Asosiatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 82 responden pada Kopontren Al-Barkah dan 98 responden pada BMT Istiqomah Tulungagung. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisiensi determinasi (R^2), serta uji hipotesis (uji T dan uji f).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan, citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan. Secara simultan kualitas pelayanan, citra merek dan lokasi bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota memilih produk tabungan Kopontren Al-Barkah dan BMT Istiqomah Tulungagung.

Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Citra merek, Lokasi dan Keputusan Menabung.

ABSTRACT

The mini thesis with title “The Influence of Service Quality, Brand Image and Location on Members decisions to choose savings products at Kopontren Al-Barkah and BMT Istiqomah Tulungagung”, was written by Lia Nurdiana, NIM. 12401173515, with mentor Nadia Roosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

This research is motivated by the rapidly growing banking business, both from bank and non-bank financial institutions. Likewise, Islamic microfinance institutions are increasingly progressing rapidly. The success or progress in the operations of an Islamic microfinance institution cannot be separated from the interest in customers in making decisions to choose the type of product that suits their needs. Because to be able to compete, institutions must improve service quality, good brand image and location strategies in order to attract consumers.

The formulations of the research problems are: (1) Is there a significant influence between service quality on members decisions to choose savings products at Kopontren Al-Barkah and BMT Istiqomah Tulungagung? (2) Is there a significant effect between brand image on on members decisions to choose savings products at Kopontren Al -Barkah and BMT Istiqomah Tulungagung ?, (3) Is there a significant influence between location on members decisions to choose savings products at Kopontren Al-Barkah and BMT Istiqomah Tulungagung ?, (4) Is there a significant influence between service quality, brand image, and location against the on members decisions to choose savings products at Kopontren Al-Barkah and BMT Istiqomah Tulungagung?.

This research uses a quantitative approach with associative research type. The number of samples used in this study were 82 respondents at Kopontren Al-Barkah and 98 respondents at BMT Istiqomah Tulungagung. The data analysis used is validity test, reliability test, normality test, classical assumption test, multiple linear regression test, determination coefficient test (R²), and hypothesis testing (T test and f test).

The results show that partially service quality has a positive and significant effect on members' decisions to choose savings products, brand image has a positive and significant effect on members' decisions to choose savings products, location has a positive and significant effect on members' decisions to choose savings products. Simultaneously service quality, brand image and location together have a significant effect on members' decisions to choose Kopontren Al-Barkah and BMT Istiqomah Tulungagung savings products.

Keywords: service quality, brand image, location and saving decision.