

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Lokasi Terhadap Minat Menabung Tabungan *Mudharabah* Di KOPONTREN Al Barkah Blitar Dan BMT Rahmat Kediri” ini ditulis oleh Titis Sekar Ayu Sukmawati, NIM 12401173068, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Perkembangan lembaga keuangan mikro syariah yang sekarang ini banyak digemari masyarakat seperti *Baitul maal wa tamwil*. Sehingga lembaga ini berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun dan mengalami persaingan yang ketat. *Baitul maal wa tamwil* ini dirasa perlu untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran gunanya untuk mewujudkan kepuasan nasabah dengan menimbulkan minat nasabah, sebab jika kepuasan nasabah tidak tercapai maka nasabah akan meninggalkan lembaga tersebut dan mencari lembaga yang lain. Oleh karena itu penelitian ini mengambil permasalahan yang dirumuskan dalam 4 pertanyaan yaitu: (1) Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung tabungan mudharabah di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?, (2) Apakah variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat menabung tabungan mudharabah di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?, (3) Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap minat menabung tabungan mudharabah di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?, (4) Apakah variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung tabungan mudharabah di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan data primer yang diperoleh dari responden melalui pengisian kuesioner dan pengambilan sampelnya menggunakan metode *probability sampling*, skala yang digunakan adalah skala likert, sedangkan teknik analisis penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Dari hasil pengujian dinyatakan bahwa secara parsial (uji-t) variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menabung tabungan *mudharabah*. Sedangkan secara simultan (uji-F) variabel kualitas pelayanan, bauran pemasaran dan lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menabung tabungan *mudharabah* di KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar dan BMT Rahmat Semen Kediri.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran, Lokasi dan Minat Menabung Tabungan *Mudharabah*.**

## ABSTRACT

Thesis with the title " The Effect of Service Quality, Marketing Mix and Location on Interest in Saving Mudharabah Savings in KOPONTREN Al Barkah Blitar and BMT Rahmat Kediri " was written by Titis Sekar Ayu Sukmawati , NIM 12401173068 , Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung with mentor Nur Aziz Muslim, M. HI .

The development of Islamic microfinance institutions which are currently very popular with the public, such as Baitul maal wa tamwil . So that this institution is growing rapidly from year to year and experiencing intense competition. Baitul maal wa tamwil is deemed necessary to develop a marketing strategy that is right on target to achieve customer satisfaction by generating customer interest , because if customer satisfaction is not achieved, the customer will leave the institution and look for another institution. Therefore, this study takes the problem formulated in 4 questions, namely: ( 1 ) Does the service quality variable affect the interest in saving mudharabah savings in KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blit ar and BMT Rahmat Semen Kediri?, (2) Does the marketing mix variable affect the interest in saving mudharabah savings in KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blit ar and BMT Rahmat Semen Kediri? , (3) Does the location variable affect the interest in saving mudharabah savings in KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blit ar and BMT Rahmat Semen Kediri?, (4) Do the variables of service quality, marketing mix and location jointly affect the interest in saving mudharabah savings in KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar and BMT Rahmat Semen Kediri? .

This study uses a quantitative approach with an associative type. The primary data collection technique obtained from respondents was through filling out questionnaires and taking samples using the probability sampling method , the scale used was the Likert scale, while the analysis technique of this study used validity tests, reliability tests, normality tests , classical assumption tests, multiple linear regression tests, T test, F test, and coefficient of determination test.

From the test results, it is stated that partially (t-test) the variables of service quality, marketing mix and location have a significant positive effect on interest in saving mudharabah savings . Meanwhile, simultaneously (F-test) the variables of service quality, marketing mix and location have a significant positive effect on interest in saving mudharabah savings in KOPONTREN Al Barkah Wonodadi Blitar and BMT Rahmat Semen Kediri .

**Said Key : Quality of Service, Marketing Mix, location and interests Savings Savings *Mudharabah* .**