

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Anggota, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Produk Pembiayaan *Musyarakah* (Studi Kasus Anggota KSPPS Karya Mandiri Sentosa dan Anggota BMT Rizwa Tulungagung)”, NIM. 12401173023, pembimbing Dedi Suselo, S.E., M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dimana pada Lembaga BMT Rizwa Tulungagung yang dimana pada Lembaga tersebut jumlah anggota pembiayaan *Musyarakah* lebih banyak dari produk pembiayaan lainnya, sedangkan di KSPPS Karya Mandiri Sentosa anggota pembiayaan *Musyarakah* lebih sedikit dari produk pembiayaan lainnya. Dengan adanya kasus tersebut maka peneliti menghubungkan apakah ada pengaruhnya dari kualitas pelayanan, pengetahuan anggota dan strategi promosi terhadap keputusan menjadi anggota dalam mengajukan produk pembiayaan *Musyarakah* pada anggota KSPPS Karya Mandiri Sentosa dan BMT Rizwa Tulungagung. Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi anggota produk pembiayaan *Musyarakah* (Studi kasus anggota KSPPS Karya Mandiri Sentosa dan Anggota BMT Rizwa Tulungagung). (2) Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pengetahuan anggota terhadap keputusan menjadi anggota produk pembiayaan *Musyarakah* (Studi kasus anggota KSPPS Karya Mandiri Sentosa dan Anggota BMT Rizwa Tulungagung). (3) Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh strategi promosi terhadap keputusan menjadi anggota produk pembiayaan *Musyarakah* (Studi kasus anggota KSPPS Karya Mandiri Sentosa dan Anggota BMT Rizwa Tulungagung). (4) untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan anggota, dan strategi promosi secara bersamaan terhadap keputusna menjadi anggota produk pembiayaan *Musyarakah* (Studi Kasus anggota KSPPS Karya Mandiri Sentosa dan anggota BMT Rizwa Tulungagung).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian ini memakai penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini populasi di KSPPS Karya Mandiri Sentosa 130 anggota dan di BMT Rizwa 120 anggota. Dalam penelitian ini di KSPPS Karya Mandiri Sentosa mengambil sampel 100 anggota sedangkan di BMT Rizwa mengambil sampel 92 anggota. sumber data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dengan menggunakan teknik pengumpulan data dari kuesioner dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data antara lain: analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik: uji multikolineritas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi, kemudian uji regresi linier berganda, uji hipotesis: uji t dan uji f, serta uji koefisien determinasi.

Dari analisis uji hipotesis dengan uji signifikan parsial (*t*-Test) didapatkan (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota produk pembiayaan *musyarakah*. (2) pengetahuan anggota berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota produk pembiayaan *musyarakah*. (3) strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota produk pembiayaan *musyarakah*. Sedangkan uji hipotesis dengan uji signifikansi simultan (*f*-Test) didapatkan (4) kualitas pelayanan, pengetahuan anggota, dan strategi promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi anggota produk pembiayaan *musyarakah*.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Anggota, Strategi Promosi, dan Keputusan Menjadi Anggota Produk Pembiayaan *Musyarakah*.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Service Quality, Member Knowledge, and Promotional Strategies on Decisions to Become a Member of Musyarakah Financing Products (Case Study of KSPPS Member Karya Mandiri Sentosa and Member of BMT Rizwa Tulungagung)", NIM. 12401173023, supervisor Dedi Suselo, S.E., M.M.

This research is motivated by where members of KSPPS Karya Mandiri Sentosa in making decisions on musharakah financing are increasing, while members at BMT Rizwa Tulungagung in making decisions on musarakah financing are also increasing. With this phenomenon, the researcher relates the influence of service quality, member knowledge, and promotion strategy to the decision to become a member of the Musyarakah financing product (case studies of members of KSPPS Karya Mandiri Sentosa and BMT Rizwa Tulungagung). The objectives of this study are (1) to examine the service quality of Musyarakah financing products that have a significant effect on the decision to become a member of KSPPS Karya Mandiri Sentosa and BMT Rizwa Tulungagung. (2) To test whether the knowledge of members of Musyarakah financing products has a significant effect on the decision to become a member at KSPPS Karya Mandiri Sentosa and BMT Rizwa Tulungagung. (3) To test whether the promotion strategy of Musyarakah financing products has a significant effect on the decision to become a member of KSPPS Karya Mandiri Sentosa and BMT Rizwa Tulungagung. (4) To test whether service quality, member knowledge and promotion strategy of Musyarakah financing products have a significant effect on the decision to become a member at KSPPS Karya Mandiri Sentosa and BMT Rizwa Tulungagung.

This study uses a quantitative approach and with primary data sources using data collection techniques from questionnaires and documentation. This research uses analysis of validity test, reliability test, normality test, classical assumption test: multicollinearity test, heteroscedasticity test, and autocorrelation test, then multiple linear regression test, hypothesis test and coefficient of determination test.

*From the analysis of hypothesis testing with a partial significant test (*t*-Test) it was found that (1) the quality of service has a positive and significant effect on the decision to become a member of the musyarakah financing product. (2) member knowledge has a positive and significant effect on the decision to become a member of the musharaka financing product. (3) the promotion strategy has a positive and significant effect on the decision to become a member of the musyarakah financing product. While hypothesis testing with simultaneous significance test (*f*-Test) obtained (4) service quality, member knowledge, and promotion strategy simultaneously have a significant effect on the decision to become a member of the musyarakah financing product.*

Keywords: Service Quality, Member Knowledge, Promotion Strategy, and Decision to Become a Member of Musyarakah Financing Products.