

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Reputasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Anggota Menabung Di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan Dan BMT Rizwa Manba’ul Ulum Rejotangan” yang ditulis oleh Puput Putri Lestari, NIM. 17401163424, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC. MA.

Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi adanya 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 menimbulkan peningkatan minat menabung nasabah. sebab jika strategi pemasaran yang diterapkan kurang tepat 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 lokasi berpengaruh terhadap minat menabung?, (2) Apakah variabel reputasi berpengaruh terhadap minat menabung, (3) Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung, (4) apakah variabel kualitas pelayanan, strategi pemasaran, kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung.

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) bauran variabel lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menabung nasabah. Sedangkan secara simultan (uji-F) variabel lokasi, reputasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung di KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan Dan BMT Rizwa Manba’ul Ulum Rejotangan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Lokasi, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Minat Menabung

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Location, Reputation, and Quality of Service on Member Interest in Savings at KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan and BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan" written by Puput Putri Lestari, NIM. 17401163424, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Dr. Ali Mauludi, AC. MA.

The background of writing this thesis is 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 increase customer interest in saving. because if the marketing strategy applied is not appropriate, the customer will leave the institution and look for another institution. Therefore, this study takes the problems formulated in 4 questions, namely: (1) Does the location variable affect the interest in saving?, (2) Does the reputation variable affect the interest in saving, (3) Does the service quality variable affect the interest in saving, (4) whether the variables of service quality, marketing strategy, product quality have a joint effect on the interest in saving.

This research uses a quantitative approach with 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 the coefficient of determination test.

From the test results, it is stated that partially (t-test) the mix of location, reputation, and service quality variables has a significant positive effect on customer interest in saving. Meanwhile, simultaneously (F-test) the variables of location, reputation, and service quality have a significant positive effect on customer interest in saving at KSPPS BMT Dinar Amanu Rejotangan and BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan.

Keywords: Marketing Strategy, Location, Reputation, Service Quality and Saving Interest