

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung pada Tabungan Mudharabah (Studi Kasus BMT Muamalah Tulungagung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung)” ini ditulis oleh Minna Nur Rohman, NIM. 12401173352, Pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Promosi dan kualitas pelayanan merupakan esensi paling penting bagi kelangsungan hidup suatu usaha, begitu juga dengan bagi hasil pada BMT. BMT adalah industry jasa yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, dimana mayoritas orang Indonesia memilih BMT untuk melakukan transaksi berdasarkan pelayanan yang baik promosi yang maksimal dan tingkat bagi hasil yang baik serta bersaing lembaga keuangan syariah lainnya terhadap keputusan menabung menggunakan tabungan mudharabah.

Tujuan penelitian dalam skripsi ini yaitu: (1) untuk menguji variabel nisbah bagi hasil terhadap keputusan menabung pada tabungan mudharabah di BMT Muamalah dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung; (2) untuk menguji variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung pada tabungan mudharabah di BMT Muamalah dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung; (3) untuk menguji variabel promosi terhadap keputusan menabung pada tabungan mudharabah di BMT Muamalah dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung; (4) untuk menguji variabel nisbah bagi hasil, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan menabung pada tabungan mudharabah di BMT Muamalah dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada responden nasabah BMT Muamalah dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung. Data dianalisis dengan menggunakan SPSS 16 dengan melakukan beberapa tahap uji analisis data, uji hipotesis (uji t dan F) dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel Nisbah Bagi Hasil berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Menabung di BMT Muamalah. Namun Nisbah Bagi Hasil berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan menabung di Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung, (2) variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung di BMT Muamalah dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung, (3) variabel Promosi berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Keputusan Menabung di BMT Muamalah, namun promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menabung dan Koperasi BMT Agawe Makmur Tulungagung, (4) variabel Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Menabung di BMT Muamalah dan Koperasi BMT Tulungagung.

Kata Kunci : Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Keputusan Menabung.

## ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Service Quality, Marketing Mix, Religiosity and Trust on Customer Loyalty at Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung" was written by Bagas Wicaksono, NIM. 12401173343, adviser Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Promotion and service quality are the most important essence for the survival of a business, as well as profit sharing at BMT. BMT is a service industry that is based on sharia principles, where the majority of Indonesians choose BMT to make transactions based on good service, maximum promotion and good profit sharing levels and compete with other Islamic financial institutions for the decision to save using mudharabah savings.

The research objectives in this thesis are: (1) to test the profit sharing ratio variable on the decision to save in mudharabah savings at BMT Muamalah and Cooperative BMT Agawe Makmur Tulungagung; (2) to test the service quality variable on the decision to save in mudharabah savings at BMT Muamalah and BMT Agawe Makmur Tulungagung Cooperative; (3) to test the promotion variable on the decision to save in mudharabah savings at BMT Muamalah and the BMT Agawe Makmur Tulungagung Cooperative; (4) to test the variables of profit sharing ratios, service quality, and promotions on the decision to save in mudharabah savings at BMT Muamalah and BMT Agawe Makmur Cooperative Tulungagung.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. In this study the data used were primary data obtained from questionnaires distributed to BMT Muamalah customer respondents and the BMT Agawe Makmur Tulungagung Cooperative. Data were analyzed using SPSS 16 by carrying out several stages of data analysis tests, hypothesis testing (t and F tests) and the coefficient of determination.

The results of this study indicate that (1) the Profit Sharing Ratio variable has a positive and insignificant effect on the decision to save at BMT Muamalah. However, the profit sharing ratio has a negative and insignificant effect on the decision to save at the BMT Agawe Makmur Tulungagung Cooperative, (2) the variable of Service Quality has a positive and significant effect on the Saving Decision at BMT Muamalah and the BMT Agawe Makmur Tulungagung Cooperative, (3) the Promotion variable has a negative and no effect significant effect on the decision to save at BMT Muamalah, but promotion has a positive and significant effect on the decision to save and the BMT Agawe Makmur Tulungagung Cooperative, (4) the variable profit sharing ratio, service quality, and promotion have a positive and significant effect simultaneously on the decision to save at BMT Muamalah and Cooperative BMT Tulungagung.

Keywords: Profit Sharing Ratio, Service Quality, Promotion, and Saving Decision