

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Syariah Marketing* dan *Service Excellence* terhadap Kepercayaan Anggota (Studi Pada Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung)” ini ditulis oleh Rizal Khoirul Anam NIM. 12401173498, Pembimbing: Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh eksistensi koperasi syariah khususnya *Baitul Maal wa Tamwil* (BMT) dalam meningkatkan kepercayaan anggota pada era pasar bebas lebih berat karena bersaing dengan lembaga keuangan konvensional dan bank syariah lainnya. Kepercayaan anggota penting karena berfungsi sebagai pengetahuan yang dimiliki dan semua kesimpulan yang dibuat terhadap BMT. Perlunya *Syariah Marketing* dalam menentukan kepercayaan anggota karena sebagai lembaga yang dituntut untuk melakukan transaksi keuangan berbasis syariah. Selain itu, *service Excellence* menjadi salah satu penentu kepercayaan anggota untuk menabung, jika pelayanan yang diharapkan tidak sesuai maka berpotensi anggota merasa kecewa.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data melalui data primer menggunakan instrumen angket. Total populasi kedua BMT berjumlah 261 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin didapatkan sampel sebanyak 77 responden dan 117 responden, maka total sampel seluruhnya 194 responden. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, analisis regresi, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *Syariah Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. (2) *Service Excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. (3) *Syariah Marketing* dan *Service Excellence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan anggota Koperasi Syariah BMT Muamalah Tulungagung dan BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Kata kunci: *Syariah Marketing*, *Service Excellence*, Kepercayaan Anggota.

ABSTRACT

Thesis with the title “The Influence of Sharia Marketing and Service Excellence on Customer Trust (Study on Sharia Cooperatives BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung)” was written by Rizal Khoiril Anam NIM. 12401173498, Advisor: Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

This research is motivated by the existence of Islamic cooperatives, especially Baitul Maal wa Tamwil (BMT) in increasing member confidence in the free market era, which is more difficult because it competes with conventional financial institutions and other Islamic banks. Member trust is important because it serves as the knowledge possessed and all conclusions made about the BMT. The need for Sharia Marketing in determining member trust because as an institution that is required to carry out sharia-based financial transactions. In addition, Service Excellence is one of the determinants of members' trust in saving, if the expected service is not in accordance with it, the members have the potential to feel disappointed.

This research used a quantitative approach with the type of associative research. Collecting data through primary data using a questionnaire instrument. The total population of the two BMTs is 261 respondents. The sampling technique using the Slovin formula obtained a sample of 77 respondents and 117 respondents, so the total sample was 194 respondents. The data analysis technique used validation test, reliability test, multicollinearity test, regression analysis, and coefficient of determination test.

The results of the research show that: (1) Sharia Marketing has a positive and significant effect on customer trust in the Sharia Cooperatives of BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. (2) Service Excellence has a positive and significant impact on customer trust in Sharia Cooperatives BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung. (3) Sharia Marketing and Service Excellence have a positive and significant effect on customer trust in Sharia Cooperatives BMT Muamalah Tulungagung and BMT Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Keywords: Sharia Marketing, Service Excellence, Customer Trust.