

ABSTRAK

Skripsi dengan judul ‘‘Pengaruh Produk dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar’’ ini ditulis oleh Isna Nazilatur Rohmah, NIM. 2823133073, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena bahwa semakin cepat dan pesatnya perkembangan perekonomian saat ini, hal ini mengakibatkan semakin ketat persaingan didunia perekonomian. Dimana dahulunya Lembaga Keuangan Syariah masih diragukan, kini dengan maraknya kebutuhan ekonomi yang kian meningkat, maka Lembaga Keuangan Syariah seperti Koperasi Syariah kini mulai di perhitungkan, hal ini disebabkan Koperasi Syariah menjangkau golongan masyarakat yang memiliki tingkat ekonomi menengah kebawah.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar (2) Apakah penetapan Promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar (3) Apakah produk dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar? Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota Koperasi Syariah Podojoyo Srengat Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel dari penelitian ini ada 90 dari 882 anggota dengan menggunakan teknik *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode angket. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda..

Dari hasil analisis regresi berganda dimana variabel produk diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,353 > 1,987$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Untuk variabel promosi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,287 > 1,987$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa produk dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota di Koperasi Syariah podojoyo Srengat Blitar. Di mana nilai $F_{hitung} 51,687 > F_{tabel} 3,95$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Produk, Promosi dan Keputusan

ABSTRACT

Thesis titled "Influence of Product and Promotion Toward a Decision Become a Member in the Islamic Cooperative Podojoyo Srengat Blitar " is written by Isna Nazilatur Rohmah, NIM. 2823133073, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, Tulungagung State Islamic Institute guided by Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by the phenomenon that the faster and rapid development of the current economy, this resulted in increasingly tight competition in the world economy. Islamic Financial Institution is still doubtful, now with the increasing of economic requirement, hence Islamic Financial Institution like Islamic Cooperative now start in calculation, this is because Islamic Cooperative reach society class which have middle economic level down.

The formulation of the problem in writing this essay is (1) Does the product affects the decision to become a member in the Islamic Cooperative Podojoyo Srengat Blitar ? (2) Does the determination of Promotion affect the decision to become a member in Islamic Cooperative Podojoyo Srengat Blitar ? (3) Does the product and promotion together The same effect on the decision to become a member in Islamic Cooperative Podojoyo Srengat Blitar ? As for the purpose of this research is to know the influence of product and promotion together to the decision to become member of Islamic Cooperative Podojoyo Srengat Blitar.

This study used a quantitative approach with the type of associative research. The sample of this research is 90 of 882 members using non probability sampling technique. This study use questionnaire method. This study used data analysis with multiple linear regression .

From the results of multiple regression analysis where the product variables obtained $t \text{ count} > t \text{ table}$ is $5.353 > 1.987$ with significance level $0.000 < 0.05$. For promotional variables obtained $t \text{ count} > t \text{ table}$ is $4.287 > 1.987$ with a significance level $0.000 < 0.05$. This shows that the product and promotion have positive and significant effect to the decision to become a member in Islamic Cooperative podojoyo Srengat Blitar. Where the value $F \text{ count } 51.687 > F \text{ table } 3.95$ with a significance level of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product, Promotion and Decision