

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Lembaga keuangan mikro syariah (studi kasus di BMT Amanah Watulimo Trenggalek)” ini ditulis oleh Diana Widyawati dengan nomor induk mahasiswa (NIM) 2823133039, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan Pembimbing Bapak Muhamad Aqim Adlan, S.Ag., S.Pd., M.E.I.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh keinginan dan kebutuhan nasabah serta lingkungan pemasaran yang mempengaruhinya untuk memudahkan Lembaga Keuangan melakukan strategi guna merebut hati nasabahnya.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Lembaga keuangan mikro syariah? (2) Apakah variabel produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Lembaga keuangan mikro syariah? (3) Apakah variabel reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Lembaga keuangan mikro syariah? (4) Apakah variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Lembaga keuangan mikro syariah? (5) Apakah variabel lokasi, produk, reputasi, dan promosi bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota Lembaga keuangan mikro syariah?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskripsi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Probability sampling*, dengan kategori *Simple Random Sampling*. Dalam penelitian jumlah sampel adalah 93 atau sebagian dari jumlah populasi sebanyak 1.366. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*.

Hasil penelitian menunjukkan variabel Lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota LKM Syariah. Pada variabel Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota LKM Syariah. Pada variabel Reputasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota LKM Syariah. Pada variabel Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota LKM Syariah. Dan pada variabel Lokasi, Produk, Reputasi, dan Promosi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi anggota LKM Syariah.

Kata kunci : Lokasi, Produk, Reputasi, Promosi, dan Keputusan Menjadi Anggota

## **ABSTRACT**

*The Thesis with the titled " The Influence of Location, Product, Reputation, and Promotion on Decision to become Member of Syariah Micro Financial Institution (case study in BMT Amanah Watulimo Trenggalek)" was written by Diana Widyawati with student ID number (NIM) 2823133039, majoring in Syariah Banking, Faculty of Economic and Business of Islam, IAIN Tulungagung guided by Muhamad Aqim Adlan, S.Ag., S.Pd., M.E.I.*

*Research in this thesis is motivated by the desires and needs of customers and marketing environment that influence it to facilitate the Financial Institutions to implement strategies to win the hearts of its customers.*

*The formulation of the problem in writing this thesis is (1) Does the location variable have a positive and significant impact on the decision to become a member of Sharia microfinance Institution? (2) Does the product variable have a positive and significant effect on the decision to become a member of sharia micro Finance Institution? (3) Does the reputation variable have a positive and significant impact on the decision to become a member of sharia micro Finance Institution? (4) Does the promotion variable have a positive and significant effect on the decision to become a member of sharia micro Finance Institution? (5) Does the location, product, reputation, and promotion variables together have a positive and significant impact on the decision to become a member of Sharia microfinance Institution?*

*This research uses a quantitative approach with the type of research description. Sampling technique in this research is Probability sampling, with Simple Random Sampling category. In the study the number of samples is 93 or a portion of the total population of 1,366. The measurement used in this study using Likert scale.*

*The results showed that the t test shows Location variables positively and significantly affect the decision to become a member of Syariah LKM as evidenced by the value  $t_{count} > t_{table}$  so  $H_0$  rejected. On product variables positively and significantly affect the decision to become a member of Syariah LKM as evidenced by the value  $t_{count} > t_{table}$  so  $H_0$  rejected. In Reputation variable have positive and significant influence to decision to become member of Syariah LKM proved with value  $t_{count} > t_{table}$  so  $H_0$  refused. On Promotion variables positively and significantly affect the decision to become a member of Syariah LKM as evidenced by the value  $t_{count} > t_{table}$  so  $H_0$  rejected. And in the F test known variable Location, Product, Reputation, and Promotion have a significant effect together to decision to become member of Syariah LKM.*

*Keywords: Location, Product, Reputation, Promotion, and Decision Become a Member*