

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Komunikasi Pemasaran Islam terhadap Loyalitas Anggota Tabungan Mudharabah di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar” ini ditulis oleh Anib Rodhatul Ni’mah, NIM. 1741143036, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Sri Dwi Estiningrum, S.E. Ak., MM.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang terjadi pada Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar, bahwa anggotanya semakin lama semakin meningkat, karena adanya faktor yang mempengaruhi peningkatan anggota ini. Faktor itu antara lain etika bisnis Islam dan komunikasi pemasaran Islam, jika etika yang diterapkan di Lembaga baik maka loyalitas anggota meningkat dan jika komunikasi pemasaran Islam sesuai agama Islam maka akan berpengaruh pada loyalitas anggotanya.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah etika bisnis Islam berpengaruh terhadap loyalitas anggota di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar (2) Apakah komunikasi pemasaran Islam berpengaruh terhadap loyalitas anggota di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar (3) Apakah etika bisnis Islam dan komunikasi pemasaran Islam secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas anggota di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar? Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan komunikasi pemasaran Islam secara bersama-sama terhadap loyalitas anggota di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Responden dari penelitian berjumlah 82 anggota dari produk tabungan *mudharabah* Si Harum dan Si Basar. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode angket dengan alat analisis berupa regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Secara parsial, etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. 2) Secara parsial, komunikasi pemasaran Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. 3) Secara simultan, etika bisnis Islam dan komunikasi pemasaran Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota tabungan mudharabah di Koperasi Syari’ah Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Komunikasi Pemasaran Islam Dan Loyalitas Anggota

ABSTRACT

Thesis, "The Influence of Islamic Business Ethics and Islamic Marketing Communication to the loyalty of mudharabah savings members in Syari'ah Corporative Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar" is written by Anib Rodhatul Ni'mah, NIM. 1741143036, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, State Islamic Institute of Tulungagung, advised by Sri Dwi Estiningrum, S.E. Ak., MM.

The research is motivated by the phenomenon occurring in Syari'ah Corporative Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar, its members are getting more numerous, for the affecting of the increase of the member. The factors include, Islamic business ethics and marketing communications. If both Islamic business ethics and marketing communications apply well, they will affect to the members' loyalty.

To the formulations of the study are (1) Does the ethics of Islamic business affect to the loyalty of members in the Syari'ah Corporative Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar (2) Does the Islamic marketing communication affect to the loyalty of members in the Syari'ah Corporative Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar 3) Do Islamic business ethics and Islamic marketing communications simultaneously affect to the loyalty of members in Syari'ah Corporative Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar?. The purposes of this research are to know the influence of Islamic business ethics and Islamic marketing communication jointly to the loyalty of members in the Syari'ah Corporative Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar.

The study uses a quantitative approach with the type of associative research. The amount of respondents are 82. They are members of the mudharabah Si Harum and Si Basar saving product. Sampling technique used probability sampling. The research uses questionnaire method with multiple linier regression analysis.

The results of this research are 1) Partially, Islamic business ethics has a positively and significantly effect to the loyalty of members. 2) Partially, the marketing of Islamic communication has positively and significantly effect to the loyalty of members. 3) Simultaneously, Islamic business ethics and Islamic marketing communications have a positively and significantly influence to the loyalty of mudharabah savings members in Syari'ah Corporative Podo Joyo Sejahtera Srengat Blitar.

Keywords : *Islamic Business Ethics, Islamic Marketing Communication and Loyalty of members*