

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Marketing Mix dan Peran Customer Service Terhadap Keputusan Menjadi Anggota Tabungan Mudharabah di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar ” ini ditulis oleh Afiddatul Laili, 1741143006, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Dr. Kutbuddin Aibak, S. Ag., M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kepercayaan dan dipercaya masyarakat dalam menempatkan uang pada lembaga keuangan syariah, sehingga setiap perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang baik untuk dapat mempertahankan dan meraih kepercayaan masyarakat yang lebih luas. Strategi pemasaran untuk mendapatkan kepercayaan calon anggota dapat diukur melalui *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi) dan peran *customer service*.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah ada pengaruh yang signifikan *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi) terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar?; 2) Apakah ada pengaruh yang signifikan peran *customer service* terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar?; 3) Apakah ada pengaruh yang signifikan *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi) dan peran *customer service* terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar?. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* dan peran *customer service* baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel dari penelitian ini adalah 86 dari 600 anggota produk tabungan *mudharabah* dengan menggunakan teknik *Probability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode angket. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) *Marketing mix* mempunyai hasil yang berbeda terhadap keputusan menjadi anggota yaitu secara parsial, produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Secara parsial, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Secara parsial, tempat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. Secara parsial, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. 2) Secara parsial, peran *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota. 3) secara simultan, *marketing mix* dan peran *customer service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi anggota tabungan *mudharabah* di Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar.

Kata kunci: *Marketing Mix*, *Peran Customer Service*, *Keputusan menjadi anggota*, *Tabungan Mudharabah*, *Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera*

ABSTRACT

Thesis, " The Influence of Marketing Mix and the Role of Customer Service to the Decision of Becoming a Member of Mudharabah Savings in Shariah Cooperative Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar " is written by Afiddatul Laili, 1741143006, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, Tulungagung State Islamic Institute, is advised By Dr. Kutbuddin Aibak, S. Ag., M.H.I.

This research is motivated by the importance of trust and be trusted people in saving money in sharia financial institutions. As the result, every company have to create a good marketing strategy to be able to maintain and reach wider community trust. Marketing strategy to reach the trust of prospective members can be measured through marketing mix (product, price, place, promotion) and role of customer service .

The formulation of the problem, are: 1) does the marketing mix (product, price, place, promotion) effect to the decision become a member of mudharabah savinsg in Sharia Cooperative Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar ?; 2) Does the role of customer service effect to the decision become a member of mudharabah savings in Sharia Cooperative Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar?; 3) Do marketing mix (product, price, place, promotion) and role of customer service simultaneously effect to the decision become a member of mudharabah savings in Sharia Cooperative Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar?. So this study aims to know the influence of marketing mix and the role of customer service either partially or simultaneously.

The results of this research are 1) Marketing mix has different results to the decision to become a member that is partially, the product positively and significantly impact to decision to become a member. Partially, the positively and significantly effect to decision to become a member. Partially, the place has no negatively and not significantly effect to decision to become a member. Partially, the promotion positively and significantly effect to decision become a member. 2) Partially, the role of customer sevice positively and significantly effect to decision become a member. 3) simultaneously, the marketing mix and the role of customer positively and significantly effect to decision become a member of mudharabah savings in Sharia Cooperative Podo Joyo Sejahtera Togogan Srengat Blitar.

Keywords: Marketing Mix, The role of Customer Service, The Decision Become a Member, Mudharabah Savings, Koperasi Syariah Podo Joyo Sejahtera