

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Anggota Simpanan *Mudharabah* Koperasi Syari’ah Al-Mawaddah Samir Ngunut” ini ditulis oleh Kharisma Asni Azizah, NIM 1741143180, pembimbing Dyah Pravitasari, M.S.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kepuasan anggota koperasi syari’ah yang merupakan hal penting dalam perkembangan koperasi syari’ah di Indonesia. Salah satu hal utama yang dapat mempengaruhi kepuasan anggota adalah kualitas pelayanan dan strategi pemasaran yang harus ditingkatkan dan dikembangkan. Koperasi Syari’ah harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh anggota, sehingga anggota merasa puas dan tidak beralih kepada koperasi lain.

Tujuan Penelitian ini yaitu untuk menguji kualitas pelayanan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut. Menguji strategi pemasaran pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut. Menguji kualitas pelayanan dan strategi pemasaran pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota simpanan *Mudharabah* pada koperasi syariah Al-Mawaddah Desa Samir Ngunut.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 48 responden dari 25% anggota simpanan *mudharabah*. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian

Hasil penelitian pada Koperasi Al-Mawaddah Samir Ngunut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan anggota koperasi. Hasil penelitian pada Koperasi Al-Mawaddah Samir Ngunut menunjukkan bahwa strategi pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kepuasan anggota koperasi. Hasil penelitian pada Koperasi Syari’ah Al-Mawaddah pada uji  $f$  menunjukkan bahwa nilai  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  tidak teruji dan  $H_a$  teruji. Hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota.

**Kata kunci** : kualitas pelayanan, strategi pemasaran, kepuasan anggota.

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "The Influence of Service Quality and Marketing Strategy To The Satisfaction Of Members Of Mudharabah Syari'ah Cooperative Depository Al-Mawaddah Samir Ngunut" was written by Kharisma Asni Azizah, NIM 1741143180, supervisor Dyah Pravitasari, M.S.A.*

*Satisfaction of members of Shari'ah cooperatives is an important thing in the development of Shariah cooperatives in Indonesia. One of the main things that can affect member satisfaction is the quality of service and marketing strategies that must be improved and developed. Sharia cooperatives should pay attention to things that are considered important by members, so that members feel satisfied and do not switch to other cooperatives. To test the quality of service and marketing strategy a significant positive effect on the satisfaction of members of Mudharabah savings in sharia cooperative Al-Mawaddah Samir Ngunut Village.*

*The technique used in this research is Random Sampling. The number of samples used in this study were 48 respondents from 25% of mudharabah deposit members. The next stage, the questionnaire data is analyzed by multiple linear regression that serves to prove the research hypothesis.*

*Hypothesis testing using t test shows that service quality variables have a significant positive effect on member satisfaction and marketing strategy have a significant positive effect on member satisfaction. Through the test f can be seen that the variable quality of service and marketing strategy together positively significant positive in member satisfaction. Figures R Square of 0.671 this means that member satisfaction is influenced by the quality of service and marketing strategy of 67.1% and the remaining 32.9% influenced by other variables outside the variables studied.*

**Keywords:** *service quality, marketing strategy, member satisfaction*