

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Minat Anggota Memilih Pembiayaan di Koperasi Syariah Al Mawaddah Samir Tulungagung” ditulis oleh Ria Fitriani dibimbing Jusuf Bachtiar, SS.M.Pd.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya lembaga-lembaga pesaing koperasi syariah. Persaingan saat ini semakin kuat dan ketat. Sehingga pihak koperasi syariah harus mempunyai strategi yang kuat pula untuk menghadapi persaingan tersebut. Salah satu strategi yang kuat misalnya dengan adanya pemasaran yang baik. Sehingga anggota memiliki penilaian dan pengetahuan yang baik pula terhadap koperasi syariah. Dengan cara itulah nantinya akan menciptakan daya tarik tersendiri terhadap anggotanya.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah produk secara signifikan mempengaruhi minat anggota memilih pembiayaan di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung?, (2) Apakah harga secara signifikan mempengaruhi minat anggota memilih pembiayaan di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung?, (3) Apakah tempat secara signifikan mempengaruhi minat anggota memilih pembiayaan di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung?, (4) Apakah promosi secara signifikan mempengaruhi minat anggota memilih pembiayaan di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung?, (5) Apakah produk, harga, tempat, dan promosi secara signifikan mempengaruhi secara bersama minat anggota memilih pembiayaan di Koperasi Syariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung?.

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (*positivisme*) dengan jenis penelitian asosiatif dan dengan data primer sebagai sumber data yang diperoleh dari hasil angket. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji validitas dan reabilitas, uji normalitas data, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokesdastisitas, serta uji hipotesis.

Berdasarkan pada hasil penelitian diperoleh hasil bahwa (1) variabel produk berpengaruh positif dan signifikan, (2) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan (3) variabel tempat berpengaruh negatif dan tidak signifikan (4) variabel promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat anggota memilih pembiayaan Di Koperasi Syariah Al Mawaddah Samir Tulungagung. Kemudian pada hasil uji ke (5) variabel bebas, yakni produk, harga, tempat, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap minat anggota memilih pembiayaan mudharabah di Koperasi Syariah Al Mawaddah Samir Tulungagung.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran, Minat Anggota, Memilih Pembiayaan.*

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "The Influence of Marketing Strategies to Member Interest Choosing Mudharabah Financing in Shariah Cooperative Al Mawaddah Samir Tulungagung" written by Ria Fitriani guided Jusuf Bachtiar, SS.M.Pd.*

*This research is motivated by the increasing number of competitor institutions of sharia. The current competition is getting stronger and stronger. So the Shariah cooperative must have a strong strategy also to face the competition. One powerful strategy for example with good marketing. So that members have good judgment and knowledge of sharia cooperatives. That way will later create a special attraction to its members.*

*The formulation of the problems are (1) Does the product significantly affect to the interest of members choose mudharabah financing in Sharia Al-Mawaddah Samir Tulungagung ?, (2) Does the price significantly affect to the interest of members choose mudharabah financing in Shariah Cooperative Al-Mawaddah Samir Tulungagung ?, (3) Does the place significantly in affect to the interest of members choosing mudharabah financing at Sharia Al-Mawaddah Samir Tulungagung ?, (4) Does the promotion significantly affect to the interest of members choosing mudharabah financing at Shariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung Cooperative ?, (5) Does the product, price, place, and promotion significantly affect to the members' interest in choosing mudharabah financing at Shariah Al-Mawaddah Samir Tulungagung ?.*

*This study uses a quantitative approach (positivism) with the type of associative research and with primary data as a source of data obtained from the questionnaire. Analysis method in this research is multiple regression analysis, validity and reliability test, normality data test, classical assumption test consist of multicollinearity test, autocorrelation test, and heterokkesdastisitas test, and hypothesis test.*

*Results of the research, are (1) product variable has positive and significant effect, (2) price variable have positive and significant influence (3) place variable has negative and not significant, (4) promotion variable has a negative and insignificant effect on member's interest in choosing mudharabah financing in Shariah Cooperative Al Mawaddah Samir Tulungagung. Then on the test results to (5) independent variables, namely product, price, place, and promotion together influential and significant to the interests of members choose mudharabah financing in Shariah Cooperative Al Mawaddah Samir Tulungagung.*

**Keywords:** marketing strategy, member interest, financing.