

## ABSTRAK

*Ika Audilla 2022, Pengaruh Kualitas Layanan Dan Syariah Marketing Terhadap Minat Anggota Menabung Di BMT NU Cabang Camplong Sampang, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Pembimbing: Dr H. Rudy Haryanto, S.ST,M.M.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Layanan, Syariah Marketing, Minat.*

Sebagai salah satu lembaga keuangan syari'ah, BMT NU dipercayai lebih mempunyai peluang untuk berkembang dibandingkan dengan lembaga keuangan lain yang beroperasi secara konvensional. Meskipun untuk mencapai tujuan itu diperlukan kerja keras untuk mewujudkannya. Untuk meningkatkan minat anggota menabung perlu mengetahui kebutuhan apa saja yang dapat mempengaruhi kualitas layanan. Namun disamping itu BMT NU mampu menciptakan kualitas layanan serta syariah marketing yang bagus agar bisa dapat meningkatkan jumlah anggotanya. Tujuan dalam penelitian ini yaitu : 1) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat anggota menabung di BMT NU Cabang Camplong Sampang secara parsial. 2) untuk mengetahui pengaruh syariah marketing terhadap minat anggota menabung di BMT NU Cabang Camplong Sampang. 3) untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan syariah marketing terhadap minat anggota menabung di BMT NU Cabang Camplong Sampang secara simultan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota tabungan di BMT NU Cabang Camplong Sampang. Adapun cara pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Probability Sampling* dengan metode pemilihan sampel yaitu sampel random, dimana keseluruhan populasi dijadikan sebagai sampel yang berjumlah 100 anggota. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer. Instrument penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket.

Hasil penelitian berdasarkan uji parsial variabel kualitas layanan diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar  $3,095 > t_{tabel}$   $1,984$  dengan taraf sig  $0,003$  (lebih kecil dari taraf sig  $0,05$ ) yang berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap minat anggota menabung di BMT NU Cabang Camplong Sampang. Untuk variabel syariah marketing  $t_{hitung}$  sebesar  $0,147 > t_{tabel}$   $1,984$  dengan taraf sig  $0,27$  (lebih kecil dari taraf sig  $0,05$ ) yang berarti bahwa syariah marketing berpengaruh terhadap minat anggota menabung di BMT NU Cabang Camplong Sampang. Sedangkan untuk hasil uji simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar  $7,247 > F_{tabel}$   $3,09$  dengan taraf sig  $0,001$  (lebih kecil dari  $0,05$ ) yang berarti bahwa terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara kualitas layanan dan syariah marketing terhadap minat anggota menabung di BMT NU Cabang Camplong Sampang.