

## ABSTRAK

Eva Apriliansyah, 2023. Pengaruh Kualitas Layanan dan Bauran Pemasaran Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) Terhadap Keputusan Anggota Menabung di BMT NU Pusat Gapura Sumenep, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing : Dr. (C) Fadllan, M.A.

**Kata Kunci : Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Tabungan Mudharabah, Keputusan Anggota**

Kualitas layanan dan bauran pemasaran sangat dibutuhkan di BMT NU Pusat Gapura Sumenep, dengan adanya kualitas layanan yang baik akan digunakan jasanya oleh masyarakat. BMT NU Pusat Gapura Sumenep memiliki berbagai produk-produk yang diterapkan yaitu tabungan, pembiayaan dan lazisma akan tetapi yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar terutama masyarakat Kecamatan Gapura yaitu produk tabungan selain uang yang disimpan di BMT aman, nasabah juga mendapatkan bagi hasil dari simpanan maka produk tabungan di BMT NU Pusat Gapura Sumenep tepatnya di Kecamatan Gapura termasuk produk yang unggul, dari tahun ke tahun peningkatan jumlah nasabah yang menggunakan produk Tabah di BMT NU Pusat Gapura Sumenep, karena produk tabungan tabah merupakan produk tabungan yang bisa mempermudah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, setoran dan penarikannya dapat dilakukan kapan saja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas layanan dan bauran pemasaran produk tabah (tabungan mudharabah) terhadap keputusan anggota menabung di BMT NU Pusat Gapura Sumenep.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis penelitian kausal yaitu penelitian yang melihat penyebab dari suatu variabel dan hal apa saja yang mempengaruhi suatu variabel. Sumber data diperoleh melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota produk tabah (tabungan mudharabah) di BMT NU Pusat Gapura Sumenep dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden menggunakan metode *sampling incidental* berdasarkan kebetulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama*, hasil uji t pada variabel kualitas layanan (X1) secara parsial berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan anggota (Y) menabung di BMT NU Pusat Gapura Sumenep tingkat signifikan ( $0,003 < 0,05$ ).  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,799 \geq 1,984$ ), *kedua*, hasil uji t pada variabel bauran pemasaran (X2) secara parsial berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan anggota (Y) menabung di BMT NU Pusat Gapura Sumenep tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,650 > 1,1661$ ), *ketiga* berdasarkan hasil uji F (Uji Anova) diperoleh  $F_{hitung} = 14,131$  dengan tingkat sig 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) artinya secara simultan  $H_0$  ditolak. dimana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $14,131 > 3,09$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan bauran pemasaran ada pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Y keputusan anggota menabung di BMT NU Pusat Gapura Sumenep.