

ABSTRAK

Novi Dwi Yulianti, 2024, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Menabung Sembako di Koperasi Milenial Berdikari Madura (MBM) Kabupaten Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura, Dosen Pembimbing: Moch. Cholid Wardi, M.H.I

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, Minat Menabung.*

Kondisi ekonomi yang fluktuatif pasca pandemi COVID-19 memicu respons dari Koperasi Milenial Berdikari Madura (MBM) Kabupaten Pamekasan. Koperasi ini responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan gejolak ekonomi dengan merancang program tabungan sembako guna membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengatasi lonjakan harga pangan. Tabungan sembako dijalankan oleh Koperasi MBM sebagai solusi inovatif untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama kebutuhan pangan. Koperasi Milenial Berdikari Madura dipilih sebagai objek penelitian, dimana peneliti ingin mengulik faktor keberhasilan program tabungan sembako di koperasi MBM, terutama dalam menarik minat dan partisipasi nasabah. Berdasarkan observasi yang dilakukan, ada beberapa layanan dan strategi yang dikembangkan oleh koperasi MBM untuk meningkatkan minat menabung nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Sumber Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan teknik *Insidental Sampling* sebanyak 84 responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner (angket) dengan skala *likert*. Analisis data dilakukan dengan program SPSS.

Hasil uji F (uji simultan) diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $50,037 > 3,11$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan variabel kualitas pelayanan dan strategi pemasaran jika diuji secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung sembako di Koperasi Milenial Berdikari Madura (MBM) kabupaten Pamekasan. Nilai *R Square* diperoleh sebesar 0,553 atau 55,3%. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menabung sembako di Koperasi Milenial Berdikari Madura (MBM) kabupaten Pamekasan. Hal ini terbukti dari hasil uji t yang memiliki nilai $t_{hitung} (2,107) > t_{tabel} (1,989)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,038 < 0,05$. Sedangkan Variabel Strategi Pemasaran (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} (4,091) > t_{tabel} (1,989)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung sembako di Koperasi Milenial Berdikari Madura (MBM) kabupaten Pamekasan.