

ABSTRAK

Muhammad Kholil (1520210133). Skripsi berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT ANGGOTA MENGGUNAKAN PRODUK SIMPANAN DI BMT AL-HIKMAH CABANG NGEEMPLAK UNDAAN KUDUS. Kudus: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus, 2020.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Field Research* dan menggunakan sampel *Incidental sampling*. Sumber data primer melalui penyebaran kuesioner kepada para anggota sejumlah 80 responden yang melakukan pembiayaan mudharabah di BMT Syariah Sejahtera data sekunder diambil dari data dokumentasi BMT Al-Hikmah Cabang Ngeemplak Undaan Kudus. Teknik Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner sedangkan untuk analisis data menggunakan regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: a) Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah Cabang Ngeemplak Undaan Kudus. Hal ini ditunjukkan melalui hasil perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,327 > 1,991$). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah Kudus. (b). Variabel Kepercayaan (X2) Tidak berpengaruh terhadap Minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah Cabang Ngeemplak Undaan Kudus. Hal ini ditunjukkan melalui $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,013 < 1,991$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel Kepercayaan dengan minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah Kudus (c). Variabel Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah Cabang Ngeemplak Undaan Kudus. Hal ini ditunjukkan melalui $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,076 > 1,991$). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Promosi dengan minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah Kudus.(d). Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, kepercayaan, promosi terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah. Hal ini ditunjukkan melalui $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($6,392 > 2,72$). Maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Promosi secara bersama sama berpengaruh terhadap Minat anggota menggunakan produk simpanan di BMT Al Hikmah Kudus

Kata Kunci : Kualitas, Pelayanan, Kepercayaan, Promosi, Minat Anggota