

ABSTRAK

Siti Salamah (NIM. 1520210140). Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, Strategi Pemasaran Terhadap Minat Anggota Menggunakan Produk Simpanan Wadi'ah Di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus. Skripsi, Kudus: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus.

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo. 2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo. 3) Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo. 4) Untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk dan strategi pemasaran secara bersama terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 42 responden dengan menggunakan teknik *Simple random sampling*. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner. Sedangkan untuk pengujian instrumen menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Koefisien Korelasi dan determinasi, Serta Regresi Linear Berganda.

Dari pembahasan dan hasil analisis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa 1) Terdapat pengaruh negatif faktor lokasi terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus. 2) Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus. 3) Terdapat pengaruh positif Strategi pemasaran terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus. 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara lokasi, kualitas produk, strategi pemasaran secara simultan terhadap minat anggota menggunakan produk simpanan wadi'ah di BMT Mubarakah Cabang Mejobo Kudus.

Kata Kunci : Lokasi, Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Minat Anggota