

ABSTRAK

Aprillia Khoirunnisa, NIM: 1820510076, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Judul: **Pengaruh Strategi Pemasaran *Word Of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan menjadi Anggota KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**, Skripsi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus.

Dalam menjalankan kegiatan usaha di bidang keuangan, diperlukan strategi pemasaran yang efektif supaya mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. 2) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. 3) Untuk menganalisis pengaruh *word of mouth* dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data berupa angka yang diolah menggunakan metode statistik. Sampel penelitian ini yaitu anggota yang sudah bergabung dengan KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan teknik analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, dan dalam menguji hipotesis menggunakan uji analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. (3) *Word of mouth* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Dengan demikian, untuk meningkatkan keputusan menjadi anggota pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara mencakup indikator *word of mouth* yaitu membicarakan, merekomendasikan dan mendorong serta Indikator kualitas pelayanan mencakup bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Kata Kunci: *Word Of Mouth*, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Anggota

ABSTRACT

Aprillia Khoirunnisa, NIM: 1820510076, Faculty of Islamic Economics and Business, Islamic Banking Study Program, Title: **The Effect of Word Of Mouth Marketing Strategy and Service Quality on the Decision to Become a Member of KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara**, Thesis: State Islamic Institute (IAIN) Kudus.

In carrying out business activities in the financial sector, an effective marketing strategy is needed in order to achieve the company's goals. The purposes of this study are: 1) To analyze the effect of word of mouth on member decision at KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. 2) To analyze the effect of service quality on member decision at KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. 3) To analyze the effect of word of mouth and service quality simultaneously on member decision at KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara.

This study uses quantitative research methods, namely research that emphasizes the analysis on data in the form of numbers that are processed using statistical methods. The sample of this research is members who have joined of KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara as many as 100 people. Data were collected using a questionnaire and analyzed by data analysis techniques in the form of validity test, reliability test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, normality test, and in testing the hypothesis using multiple linear regression analysis test.

The results of this study indicate that: (1) Word of mouth has a positive and significant effect on member decision at KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. (2) Service quality has a positive and significant effect on member decision at KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. 3) Word of mouth and service quality simultaneously have a positive and significant effect on member decision at KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara. Thus, to improve the decision to become a member of the KSPPS BMT Ummat Sejahtera Abadi Jepara includes word of mouth indicators, namely discussing, recommending and encouraging and service quality indicators including physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy..

Keywords: *Word Of Mouth, Service Quality and Member Decision*