

## ABSTRAK

**Ai Nurasifa, 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Anggota dengan Minat Sebagai Variabel Interveinh (Studi Kasus pada KSPPS BMT Sahabat Kita Semua). Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi**

Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) merupakan lembaga mikro yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariah. KSPPS BMT Sahabat Kita Semua sudah melakukan pelayanan dan promosi cukup baik. Namun pada beberapa tahun ini pertumbuhan jumlah anggota semakin menurun. Maka dari itu, BMT harus menarik para calon anggota untuk memutuskan menjadi anggota di KSPPS BMT Sahabat. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan menjadi anggota. Namun dalam penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan menjadi anggota dengan minat sebagai variabel intervening di KSPPS BMT Sahabat Kita Semua.

Penelitian ini menggunakan metode Deskriptif Kuantitatif, dimana populasinya yaitu anggota KSPPS BMT Sahabat Kita Semua. Dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan membagikan kuisioner dan teknik analisa data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan *sobel test* dan Uji F.

Hasil pada penelitian ini diperoleh bahwa: 1) Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,505, yang menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 nilai Kualitas Pelayanan maka nilai bertambah 0,505. dan diperoleh R *Square* sebesar 23,1% 2) Nilai koefisien regresi Promosi sebesar 0,515, yang menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 nilai Promosi maka nilai bertambah 0,515. dan diperoleh R *Square* sebesar 24,9%. 3) Terdapat pengaruh Minat terhadap Keputusan Menjadi Anggota. dengan nilai koefisien regresi Minat sebesar 0,383, yang menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 nilai Minat maka nilai bertambah 0,383. dan diperoleh R *Square* sebesar 17,7%. 4) Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Anggota melalui Minat sebagai variabel intervening. Dimana dari hasil pengujian *sobel test* diperoleh *z-value* sebesar 2,33875180 > 1,96 dan *p-value* sebesar 0,01934828 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Minat mampu memediasi dan memperkuat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menjadi Anggota. 5) Terdapat pengaruh Promosi terhadap Kputusan Menjadi Anggota melauai Minat sebagai variabel intervening. Dimana dari hasil pengujian *sobel test* diperoleh *z-value* sebesar 2,35276339 > 1,96 dan *p-value* sebesar 0,01863449 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Minat mampu memediasi dan memperkuat pengaruh variabel Promosi dan Keputusan Menjadi Anggota. 6) Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Menjadi Anggota melalui Minat dengan signifikansi 0,00<0,05..

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Promosi, Minat, Keputusan Menjadi Anggota