

## **ABSTRAK**

Skripsi dengan judul “Keunggulan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan Di BMT Istiqomah Tulungagung” ini ditulis oleh Prada Syah Bekti Prawaca, Jurusan Perbankkan Syariah, NIM. 2823133126, pembimbing Jusuf Bachtiar, S.S., M.Pd.

BMT Istiqomah hadir sebagai salah satu lembaga keuangan syariah yang melayani pembiayaan untuk masyarakat. Persaingan yang semakin ketat membuat lembaga tersebut harus mempunyai strategi untuk menambah nasabah. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah nasabah dengan strategi pemasaran. Namun dengan kurangnya tenaga pemasaran di BMT Istiqomah mampu bersaing dengan BMT lain, hal ini terbukti dari jumlah nasabah pembiayaan yang semakin meningkat. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan tentang keunggulan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah: (1) Apakah keunggulan produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung? (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung? (3) Apakah keunggulan produk dan kualitas pelayanan bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung?

Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 93 responden yaitu nasabah pembiayaan BMT Istiqomah Tulungagung. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputuan nasabah, sedangkan variabel keunggulan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. kemudian melalui uji f bahwa diketahui bahwa variabel keunggulan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah. Angka Adjusted R Square sebesar 0,067 menunjukkan bahwa 6,7% variasi keputusan nasabah bisa dijelaskan oleh kedua variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 93,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci: keunggulan produk, kualitas pelayanan, dan keputusan nasabah

## ***ABSTRACT***

*Thesis entitled “Product Superiority And Service Quality To the Decision to Become A Financing Customer of BMT Istiqomah Tulungagung” written by Prada Syah Bekti Prawaca, Sharia Banking Departmen, NIM 2823133126, advisor Jusuf Bachtiar, S.S.,M.Pd.*

*BMT Istiqomah present as one of sharia financial intstitution which serve financing for society. Increasing competition makes the institution must have a strategy to add customers. One way to increase the number of customers with marketing strategies. But with the lack of marketers, BMT istiqomah able to compete with other BMT, this is evident from the number of customers financing is increasing. Therefore this research raised the problem about product superiority and service quality to the decision to become a financing customer of BMT Istiqomah Tulungagung.*

*The formulation of the problem in this thesis is: (1) whether the product superiority affects the decision to become a financing customer BMT Istiqomah Tulungagung? (2) Does the quality of service affects the decision to become a financing customer BMT Istiqomah Tulungagung? (3) whether the product superiority and service quality together affects the decision to become a financing customer BMT Istiqomah Tulungagung?*

*The technique that used insampling in this research is purposive sampling. The number of samples used in this study as many as 93 respondents which is customers financing BMT Istiqomah Tulungagung. The next stage, the questionnaire datais analyzed by multiple linier regression that serves to prove the research hypothesis.*

*Hypothesis testing using t test indicates that service quality variables have no significant effect on customers decision, while product superiority variable significantly influence to customers decision. Thenrought the f test is known that the product superiority and service quality have a positive and significant influence simultaneously on customer decision. Number of adjusted R Square is 0,067 indicates that 6,7% variation of customer decision can be explained by the two independent variables used in the regression equation. While the remaining 93,3% is explained by other variables outside the three variables used in this study.*

*Keywords: Product Superiority, Service Quality, and Customer Decisions.*

.