

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung” ini ditulis oleh Elsa Novira Lendyani, NIM. 1741143102, pembimbing Ahmad Budiman, M.SI.

Penelitian ini dilatar belakangi dari salah satu lembaga keuangan syariah non bank, yaitu BTM Surya Madinah Tulungagung yang dalam operasionalnya perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasarannya agar dapat memberikan dampak positif bagi keputusan calon nasabahnya untuk menggunakan lembaga keuangan syariah tersebut. Pelayanan dan strategi pemasaran KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung harus lebih ditingkatkan lagi mengingat banyak lembaga keuangan bank dan non bank berlomba untuk bisa mendapatkan anggota baru. Oleh karenanya KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung harus bisa memberikan kesan pelayanan yang baik dimata masyarakat dan lebih meningkatkan lagi strategi pemasarannya agar bisa menarik minat calon nasabah lebih banyak lagi untuk kedepannya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung?; (2) Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan menjadi nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung? ; (3) Bagaimana pengaruh antara kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap keputusan menjadi nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung? Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan strategi pemasaran terhadap keputusan menjadi nasabah di Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung baik secara parsial (individu) maupun simultan (bersama-sama).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sampling yang digunakan adalah *Proportionale Stratified Random Sampling*, yaitu “pengambilan sampel acakan secara proporsional menurut setratifikasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden yaitu anggota BTM Surya Madinah Tulungagung.

Pengujian hipotesis menggunakan uji T menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung sedangkan variabel strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dan strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dalam mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Keputusan Menjadi Nasabah

ABSTRACT

The thesis entitled "The Effect of Service Quality and Marketing Strategy on the Decision to Become a Customer in the Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung" was written by Elsa Novira Lendyani, NIM. 1741143102, supervisor Ahmad Budiman, M.SI.

This research is motivated by one of the non-bank Islamic financial institutions, namely BTM Surya Madinah Tulungagung, which in its operations needs to improve service quality and marketing strategies in order to have a positive impact on the decisions of prospective customers to use these Islamic financial institutions. The service and marketing strategy of BTM Surya KSPPS Madinah Tulungagung must be further improved considering that many bank and non-bank financial institutions are competing to get new members. Therefore KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung must be able to give the impression of good service in the eyes of the public and further enhance its marketing strategy in order to attract more prospective customers for the future.

The formulation of the problem in this study is (1) How is the effect of service quality on the decision to become a customer at BTM Surya Madinah Tulungagung ?; (2) How does the marketing strategy affect the decision to become a customer at BTM Surya Madinah Tulungagung? ; (3) How is the influence between service quality and marketing strategy on the decision to become a customer at BTM Surya Madinah Tulungagung? The purpose of this study was to determine the effect of service quality and marketing strategy on the decision to become customers in Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung both partially (individually) and simultaneously (together).

This study uses a quantitative approach and the technique used in sampling in this study is that the sampling used is Proportional Stratified Random Sampling, namely "random sampling proportionally according to ratification. The number of samples used in this study were 30 respondents, namely members of BTM Surya Madinah Tulungagung.

The hypothesis testing using the T test shows that the service quality variable has a positive and significant effect on the decision to become a customer in Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung while the marketing strategy variable has a positive and significant effect on the decision to become a customer in Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung. Then through the F test it can be seen that service quality variables and marketing strategies have a positive and significant effect together in influencing the decision to become customers in Baitut Tanwil Muhammadiyah Surya Madinah Tulungagung.

Keywords: Service Quality, Marketing Strategy and Decision to Become a Customer