

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Di Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa Manba’ul ‘Ulum Rejotangan Tulungagung dan KSPPS Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung” ini ditulis oleh Nuril Khoirotun Ni’mah, NIM. 17401163027, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC. MA.

Penulisan skripsi ini dilatarbelakangi adanya perkembangan lembaga keuangan mikro syariah yang sekarang ini banyak digemari masyarakat seperti Baitul maal wa tamwil. Sehingga lembaga ini berkembang dengan pesat dari tahun ke tahun dan mengalami persaingan yang ketat. Baitul maal wa tamwil ini dirasa perlu untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran gunanya untuk mewujudkan kepuasan nasabah dengan menimbulkan loyalitas nasabah, sebab jika kepuasan nasabah tidak tercapai maka nasabah akan meninggalkan lembaga tersebut dan mencari lembaga yang lain. Oleh karena itu penelitian ini mengambil permasalahan yang dirumuskan dalam 4 pertanyaan yaitu: (1) Apakah variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?, (2) Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, (3) Apakah variabel religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, (4) apakah variabel bauran pemasaran, kualitas pelayanan, religiusitas berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif. Teknik pengambilan data primer yang diperoleh dari responden melalui pengisian kuesioner dan pengambilan sampelnya menggunakan metode *probability sampling*, skala yang digunakan adalah skala likert, sedangkan teknik analisis penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Dari hasil pengujian dinyatakan bahwa secara parsial (uji-t) bauran variabel pemasaran, kualitas pelayanan, religiusitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara simultan (uji-F) variabel bauran pemasaran, kualitas pelayanan, religiusitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di Baitul maal wa tamwil Rizwa Manba’ul ‘Ulum Rejotangan Tulungagung dan KSPPS Baitul maal wa tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Kata Kunci: **Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Loyalitas Nasabah**

ABSTRACT

Thesis entitled "The effect of marketing mix, service quality, religiosity toward the customer loyalty at Baitul Maal Wa Tamwil Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan Tulungagung and KSPPS Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung" it is written by Nuril Khoirotun Ni'mah, NIM. 17401163027, Faculty of Economic and Business Islam, State Islamic Institute of Tulungagung, Mentor Dr. Ali Mauludi, AC. MA.

The research is based on the development of Islamic microfinance institutions which are currently favored by many people such as Baitul maal wa tamwil. So that institution is growing rapidly from year to year and experiencing intense competition. Baitul maal wa tamwil is to develop a marketing strategy that is well targeted to serve to achieve customer satisfaction by generating customer loyalty, because if customer satisfaction is not achieved the customer will leave the institution and look for another institution. Therefore this study takes the problem foermulated in 4 questions that is: (1) Does the marketing mix variable affect customer loyalty?, (2) Does the service quality variable affect customer loyalty?, (3) Does religiosity variable influence customer loyalty?, (4) Does the marketing mix, service quality, religiosity together influence customer loyalty.

This research uses quantitative approach with associative type. Primary data collection techniques obtained from respondents through filling out questionnaires and sampling method, the scale used is the likert scale, while the analysis technique of this study uses validity, reliability, normality, classic assumption, multiple linear regression, T test, F test and the coefficient of determination test.

From the test results stated that partially (F test) marketing mix, service quality, religiosity significantly positive effect on the loyalty of customers in Baitul maal wa tamwil Rizwa Manba'ul 'Ulum Rejotangan Tulungagung and KSPPS Baitul maal wa tamwil Istiqomah Karangrejo Tulungagung.

Keyword:Marketing Mix, Service Quality, Religiosity, and Customer Loyalty