

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Tabungan *Mudharabah* (Studi pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri)” ini ditulis oleh Evi Laela Enggar Sari, NIM. 12401173203, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan bank syariah yang semakin pesat, sehingga Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri harus dapat menunjukkan keunggulannya. Oleh karena itu bank dapat melakukan promosi yang efektif dalam menunjukkan keistimewaan produk yang ditawarkan. Selain itu, kualitas pelayanan yang terbaik juga harus diterapkan oleh para karyawan agar dapat menunjang keunggulan dari bank syariah itu sendiri. Dalam hal ini citra perusahaan juga harus diperhatikan karena menyangkut kepercayaan nasabah. Dengan hal tersebut diharapkan dapat menumbuhkan minat masyarakat untuk menabung di Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri? (2) Bagaimana pengaruh citra perusahaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri? (3) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri? (4) Bagaimana pengaruh secara simultan promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden nasabah penabung tabungan *mudharabah*. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan data primer, data kuesioner dianalisis dengan menggunakan regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian yang dilakukan dengan SPSS 16.0 menunjukkan bahwa: (1) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*; (2) Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*; (3) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah*; (4) Promosi, citra perusahaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan *mudharabah* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Minat Nasabah Tabungan *Mudharabah*, Promosi.

ABSTRACT

The thesis with the title "The Effect of Promotion, Company Image and Service Quality on Customer Interest in Using Savings Mudharabah (Study at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kediri Branch)" was written by Evi Laela Enggar Sari, NIM. 12401173203, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Islamic Banking, State Islamic Institute of Tulungagung, Advisor, Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This study is motivated by the rapid development of Islamic banks so that Bank Muamalat Kediri Branch Office must be able to show its superiority. Therefore, banks can carry out effective promotions in showing the features of the products offered. In addition, the best service quality must also be applied by employees to support the advantages of Islamic banks themselves. In this case, the company's image also must be considered because: regarding customer trust. Based on these, it is hoped that it can foster public interest in saving at Bank Muamalat Kediri Branch Office.

The formulation of the problems in this study are: (1) How is the effect of promotion on customer interest in using savings mudharabah at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kediri branch? (2) How is the influence company image on customer interest in using savings mudharabah at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kediri branch? (3) How is the influence of service quality on customer interest in using savings mudharabah at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kediri branch? (4) How is the simultaneous influence promotion, company image, and service quality on customer interest in using savings mudharabah at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kediri branch?

This study uses a quantitative approach with an associative study type. The number of samples in this study was 96 respondents of savings customers mudharabah. The sampling technique used is a nonprobability sampling technique with a purposive sampling method. While the data collection method uses primary data, questionnaire data is analyzed using multiple linear regression to prove the study hypothesis.

The results of study conducted with SPSS 16.0 indicate that: (1) Promotion has a positive and significant effect on the interest of savings customers mudharabah; (2) Company image has a positive and significant effect on customer interest in savings mudharabah; (3) Service quality has a positive and significant effect on customer interest in savings mudharabah; (4) Promotion, corporate image and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer interest savings mudharabah in at PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Kediri Branch.

Keywords: Corporate Image, Customer Interest in Mudharabah Savings, Promotion, Service Quality.