

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Minat Nasabah Menabung di BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba’ul Ulum Rejotangan” ini ditulis oleh Sela Febriana, NIM. 17401163423, 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 menimbulkan peningkatan minat menabung nasabah. sebab jika strategi pemasaran yang diterapkan kurang tepat 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 kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung?, (2) Apakah variabel strategi pemasaran berpengaruh terhadap minat menabung, (3) Apakah variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat menabung, (4) apakah variabel kualitas pelayanan, strategi pemasaran, kualitas produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat menabung.

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 kualitas pelayanan, strategi pemasaran, kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menabung nasabah. Sedangkan secara simultan (uji-F) variabel kualitas pelayanan, strategi pemasaran, kualitas produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Minat Nasabah Menabung di BMT Dinar Amanu Rejotangan dan BMT Rizwa Manba’ul Ulum Rejotangan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

This thesis entitled "The effect of service quality, marketing strategy, product quality toward the interest in saving customer at BMT Dinar Amanu Rejotangan and BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan" it is written by Sela Febriana, NIM. 17401163423, 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 formulated in 4 questions that is: (1) Does the service quality variable affect interest in saving customer?, (2) Does the marketing strategy variable affect interest in saving customer?, (3) Does product quality variable influence interest in saving customer?, (4) Does the service quality, marketing strategy, product quality together influence interest in saving customer.

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 (t test) service quality, marketing strategy, product quality significantly positive effect on the interest in saving customer in BMT Dinar Amanu Rejotangan and BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan. And From the test results stated that partially (F test) service quality, marketing strategy, product quality significantly positive effect on the interest in saving customer in BMT Dinar Amanu Rejotangan and BMT Rizwa Manba'ul Ulum Rejotangan

Keyword: Service Quality, Marketing Strategy, Product Quality, and Interest In Saving Customer