

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Pengaruh Strategi Promosi dan Brand Image Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Mudharabah Di Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)” ini ditulis oleh Widya Kartika Agustina, NIM 12401173263, pembimbing Dr. Ngainun Naim, M.HI.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran strategi promosi dan *brand image* untuk memperkenalkan produk pembiayaan bank syariah. Dengan adanya strategi promosi yang tepat dan brand image yang baik maka dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah. Pembiayaan yang sering di gunakan pada bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah Mojokerto) tentu memiliki beberapa strategi promosi dan memperkenalkan *brand image* atau citra merek dalam hal menarik minat nasabah. Dalam penelitian ini menggunakan strategi promosi dan brand image sebagai faktor untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah strategi promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)?, (2) Apakah Brand Image berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)?, (3) Apakah strategi promosi dan Brand Image berpengaruh..terhadap minat nasabah..dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)? Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi promosi dan *brand image* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan jenis penelitian survei. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden masyarakat Desa Japan Mojokerto. Tehnik pengumpulan sampel yang digunakan adalah metode *simple random sampling*, dengan menggunakan sampel sebanyak 142 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diuji dengan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Strategi promosi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah), (2) Brand Image berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah), (3) Strategi promosi dan Brand Image berpengaruh..terhadap minat nasabah.dalam menggunakan produk pembiayaan mudharabah pada Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah).

**Kata Kunci :** Brand Image, Minat Nasabah, Strategi Promosi, dan Bank Syariah Indonesia

## **ABSTRACT**

*Thesis "The Influence of Promotional Strategy and Brand Image on Customer Interest in Using Mudharabah Financing Products at Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)". This was written by Widya Kartika Agustin. Students Registered Number 12401173263, Advisor. Dr. Ngainun Naim, M.HI.*

*This research is motivated by the importance of the role of promotional strategies and brand image to introduce Islamic bank financing products. With the right promotion strategy and good brand image, it can increase customer interest in using mudharabah financing products. The financing that is often used at the BSI Mojokerto bank (Ex BRI Syariah Mojokerto) certainly has several promotional strategies and introduces a brand image or brand image in terms of attracting customer interest. In this study, promotion strategies and brand image are used as factors to determine how much influence on customer interest in using mudharabah financing products.*

*The formulation of the problem in this study are (1) Does the promotion strategy affect customer interest in using mudharabah financing products at Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)?, (2) Does Brand Image affect customer interest in using mudharabah financing products at Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)?, (3) Do promotion strategies and Brand Image have an effect on customer interest in using mudharabah financing products at Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah)?. The purpose of this study is to determine how much influence the promotion strategy and brand image have on customer interest in using mudharabah financing products.*

*This study uses a descriptive quantitative approach with the type of survey research. The data used are primary data obtained from distributing questionnaires directly to respondents from the Mojokerto Japan village. The sampling technique used is simple random sampling method, using a sample of 142 respondents. Analysis of the data in this study using multiple linear regression analysis which was tested with validity test, reliability test, normality test, classical assumption test, multiple linear regression test and hypothesis testing.*

*The result of this study indicate that (1) The promotion strategy affects customer interest in using strategy mudharabah financing products at Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah), (2) Brand Image affects customer interest in using mudharabah financing product at Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah), (3) Promotion Strategy and Brand Image have an effect on customer interest in using mudharabah financing products at Bank BSI Mojokerto (Ex BRI Syariah).*

**Keyword:** *Brand Image, Customer Interest, Promotion Strategy and Indonesian Islamic Bank.*