

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi Kantor dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pembiayaan di BMT-UGT Sidogiri Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil” ini ditulis oleh Rizky Fajriani, Jurusan Perbankan Syariah, NIM 17401163010, Pembimbing Ahmad Budiman, M.S.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh jumlah nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil mengalami peningkatan atau penurunan per tahun (2016-2019), yang menyebabkan harus mengoptimalkan bauran pemasaran. Salah satu bauran pemasaran yang diterapkan yaitu penetapan lokasi kantor yang strategis dan promosi produk atau jasa yang membuat keputusan untuk menjadi nasabah pembiayaan.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah lokasi kantor berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil?, 2) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil?, 3) Apakah lokasi kantor dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil? Dengan tujuan penelitian yakni: 1) untuk menguji pengaruh lokasi kantor terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil, 2) untuk menguji pengaruh promosi terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil, 3) untuk menguji pengaruh lokasi kantor dan promosi terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 95 responden nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan 97 responden nasabah pembiayaan di BMT At-Taubah Bangil. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling* insidental. Tahap selanjutnya, data kuesioner dianalisis dengan menggunakan uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian yang dilakukan dengan *SPSS 16.0* menunjukkan bahwa: 1) lokasi kantor berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil, 2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil, 3) lokasi kantor dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pembiayaan di BMT-UGT Cabang Larangan dan BMT At-Taubah Bangil.

Kata Kunci: *Lokasi Kantor, Promosi, Keputusan Nasabah.*

ABSTRACT

This thesis entitled "The Influence of Office Location and Promotion on Decisions to Become a Financing Customer at BMT-UGT Sidogiri Branch Larangan and BMT At-Taubah Bangil" was written by Rizky Fajriani, Islamic Banking Department, NIM 17401163010, Advisor Ahmad Budiman, MSI.

This research was motivated by the number of financing customers at BMT-UGT Branch Larangan and BMT At-Taubah increasing or decreasing per year (2016-2019), which requires optimizing the marketing mix. One of the applied marketing mixes is determination of strategic office location and promotion of product or service that make decision to become a financing customer.

The formulations of the problem in this study are: 1) Does the location of the office affect the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT At-Taubah?, 2) Does promotion affect the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT At-Taubah?, 3) Will the location of the office and promotion together influence the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT At-Taubah Bangil? The research objectives are: 1) to examine the effect of office location on the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT At-Taubah, 2) to examine the effect of promotion on the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT At-Taubah, 3) to examine the effect of office location and promotion on the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT At-Taubah Bangil.

The approach in this study uses a quantitative approach with the type of associative research. The number of samples in this study were 95 respondents of financing customers at BMT-UGT Branch Larangan and 97 respondents of financing customers at BMT At-Taubah Bangil. The technique sampling used is technique sampling incidental. The next stage, the questionnaire data was analyzed using the classical assumption test, multiple linear regression test, t test, F test, and the coefficient of determination (R^2).

The results of the research conducted with SPSS 16.0 show that: 1) office location has a positive and insignificant effect on the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT at-Taubah Bangil, 2) promotion has a positive and significant effect on the decision to become a financing customer in BMT-UGT Branch Larangan and BMT at-Taubah Bangil, 3) office location and promotion simultaneously have a positive and significant effect on the decision to become a financing customer at BMT-UGT Branch Larangan and BMT at-Taubah Bangil.

Keywords: *Office Location, Promotion, Customer Decision.*