

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Nasabah di BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung,” ditulis oleh Ana Wahyu Ningsih, NIM. 12401173323, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, dibimbing oleh Siswahyudianto, M.M.

Seiring berkembangnya lembaga keuangan syariah turut menghadirkan sebuah persaingan baru, baik antara sesama lembaga keuangan syariah maupun dengan lembaga keuangan lainnya. Hal ini harus menjadi perhatian oleh masing-masing lembaga keuangan syariah guna mempertahankan eksistensinya. Sesuai dengan objek penelitian ini, dilaksanakan di BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung guna mengetahui dan menguji kedua lembaga ini tetap menjaga eksistensinya di tengah perkembangan dunia pembiayaan, baik secara syariah maupun konvensional.

Yang melatar belakangi penelitian ini ialah apakah sebuah kualitas didalam pelayanan sangat mempengaruhi peningkatan nasabah didalam sebuah peningkatan nasabah, dan apakah sebuah strategi pemasaran penting dilakukan dalam mencapai peningkatan nasabah yang maksimal, maka secara bersama sama apakah kualitas layanan dan strategi pemasaran dapat berpengaruh terhadap peningkatan nasabah.

Jenis dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dengan tujuan untuk mengetahui suatu hubungan diantara dua variabel/lebih. Sedangkan sampel yang diambil pada nasabahnya digunakan dengan menggunakan *Proportionale Stratified Random Sampling* atau yang diartikan dengan penyempurnaan penggunaan teknik sampel yang berstrata atau sampel wilayah, biasanya tiap wilayah atau strata tidak sama. Teknik ini digunakan dengan pertimbangan keterbatasan waktu, tenaga dan dana sehingga tidak dapat mengambil sampel yang berskala besar.

Hasil penelitian ini, yaitu 1) Ada pengaruh kualitas layanan terhadap peningkatan nasabah di BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung, penting bagi pihak BTM An-Nuur Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung untuk menjaga kualitas layanan agar mampu menjaga stabilitas peningkatan jumlah nasabahnya. 2) Ada pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan nasabah di BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung, penting bagi pihak BTM An-Nuur Karangrejo dan BMT Muamalah Tulungagung untuk terus menerapkan strategi pemasaran yang baik. 3) Ada pengaruh kualitas layanan dan strategi pemasaran terhadap peningkatan nasabah di BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung dan BMT Muamalah Tulungagung. Dalam konteks penelitian ini yaitu menyatakan bahwa kualitas layanan dan strategi pemasaran mampu memberikan pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Strategi Pemasaran, Peningkatan Nasabah

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Service Quality and Marketing Strategy on Customer Improvement in BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung," was written by Ana Wahyu Ningsih, NIM. 12401173323, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung, supervised by Siswahyudianto, M.M.

Along with the development of Islamic financial institutions, it also presents a new competition, both among Islamic financial institutions and with other financial institutions. This must be a concern for each Islamic financial institution in order to maintain its existence. In accordance with the object of this research, it was carried out at BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung to find out and test these two institutions while maintaining their existence amid the development of the world of financing, both sharia and conventional.

The background of this research is whether a quality in service greatly affects the increase in customers in an increase, and whether an important marketing strategy is carried out in achieving maximum customer increase, then together whether service quality and marketing strategies can affect customer growth.

This type of research is quantitative with an associative approach in order to determine a relationship between two or more variables. While the sample taken is the customer, using Proportional Stratified Random Sampling or which is defined as the improvement in the use of stratified sampling techniques or regional samples, usually each region or stratum is not the same. This technique is used with the consideration of limited time, energy and funds so that it cannot take large-scale samples.

The results of this study, namely 1) there is an effect of service quality on the increase in customers at BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung, it is important for BTM An-Nuur Karangrejo and BMT Muamalah Tulungagung to maintain service quality in order to maintain stability in increasing the number of customers. 2) there is an effect of marketing strategy on increasing customers at BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung, it is important for BTM An-Nuur Karangrejo and BMT Muamalah Tulungagung to continue to implement a good marketing strategy. 3) there is an effect of service quality and marketing strategy on increasing customers at BTM An-Nuur Karangrejo Tulungagung and BMT Muamalah Tulungagung. In the context of this research, it is stated that service quality and marketing strategies are able to have an effect on increasing the number of customers.

Keywords: Service Quality, Marketing Strategy, Customer Improvement