

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi Terhadap Tingginya Minat Masyarakat dalam Melakukan Pembiayaan (Studi Kasus di PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk KCU Malang)” ini ditulis oleh Nur Afizah Mukharomah, NIM. 12401173309, pembimbing Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Konsep minat masyarakat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada sesuatu objek atau menyenangkan suatu objek. Seperti kendala yang dialami Bank Panin Dubai Syariah kurangnya anggota karena minimnya pengetahuan masyarakat tentang Bank Panin dubai syariah. Maka untuk meningkatkan jumlah anggota dilakukan promosi untuk menyebarkan informasi produk kepada masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah: 1)Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap minat masyarakat menjadi anggota di Bank Panin. 2)Untuk mengetahui pengaruh iklan terhadap minat masyarakat menjadi anggota di Bank Panin. 3)Untuk mengetahui pengaruh pemasaran interaktif terhadap minat masyarakat menjadi anggota di Bank Panin. 4)Untuk mengetahui pengaruh hubungan masyarakat dan publisitas terhadap minat masyarakat menjadi anggota di Bank Panin. 5)Untuk mengetahui pengaruh pemasaran langsung terhadap minat masyarakat menjadi anggota di Bank Panin. 6)Untuk mengetahui pengaruh pemasaran dari mulut ke mulut terhadap minat masyarakat menjadi anggota di Bank Panin. 7)Untuk mengetahui pengaruh penjualan personal terhadap minat masyarakat menjadi anggota di Bank Panin.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Dengan sampel sebanyak 99 nasabah di PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk KCU Malang. Analisis data menggunakan uji regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara iklan, promosi penjualan, pemasaran interaktif, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran dari mulut ke mulut, dan penjualan personal dalam melakukan promosi terhadap tingginya minat masyarakat dalam melakukan pembiayaan (Studi Kasus di PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk KCU Malang).

Kata kunci: Promosi, Minat Masyarakat, Pembiayaan

ABSTRACT

Thesis with the title “The Effect of Promotion on High Public Interest in Financing (Case Study at PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk KCU Malang)” was written by Nur Afizah Mukharomah, NIM. 12401173309, adviser Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

The concept of public interest is the tendency in individuals to be interested in an object or to like an object. Such as the obstacles experienced by Bank Panin dubai sharia, the lack of members due to the lack of public knowledge about Bank Panin dubai sharia. So to increase the number of members, promotions are carried out to disseminate product information to the public.

The aims of this study are: 1) To determine the effect of advertising on public interest in becoming a member of Bank Panin. 2) To determine the effect of advertising on public interest in becoming a member of Bank Panin. 3) To determine the effect of interactive marketing on public interest in becoming a member of Bank Panin. 4) To determine the effect of public relations and publicity on public interest in becoming a member of Bank Panin. 5) To determine the effect of direct marketing on public interest in becoming a member of Bank Panin. 6) To determine the effect of word of mouth marketing on public interest in becoming a member of Bank Panin. 7) To determine the effect of personal selling on public interest in becoming a member of Bank Panin.

The approach used in this research is quantitative. With a sample of 99 customers at PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk KCU Malang. Data analysis used multiple linear regression test with partial and simultaneous hypothesis testing.

The results of this study indicate that there is a significant influence between advertising, sales promotion, interactive marketing, public relations and publicity, direct marketing, word of mouth marketing, and personal selling in promoting the high interest in financing (Case Study at PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk KCU Malang).

Keywords: Promotion, Public Interest, Financing