

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Persepsi Pelatihan, Persepsi Disiplin, dan Persepsi Skill Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan (Studi Pada KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung).” yang ditulis oleh Andrew Mochamad Ilyas, NIM. 12401173527, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dibimbing oleh: Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Lembaga keuangan syariah menjadi salah satu pilihan masyarakat di tengah berbagai tekanan ekonomi yang tengah terjadi. Keberadaan lembaga keuangan dapat menjadi salah satu solusi pembiayaan, ini juga menjadi alternatif lain selain mengendalkan lembaga keuangan konvensional yang lebih dahulu eksis. KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung dan BMT Muamalat Tulungagung merupakan lembaga keuangan yang berada di Kabupaten Tulungagung dan terus berkembang dan mengalami peningkatan nasabah dari tahun ke tahun. Hal ini tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagaimana yang akan dikaji dalam penelitian ini seperti Strategi Pemasaran, Persepsi Pelatihan, Persepsi Disiplin, dan Persepsi Skill.

Rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: 1) Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung?, 2) Apakah persepsi Pelatihan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung?, 3) Apakah persepsi Disiplin berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung?, 4) Apakah persepsi Skill berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung?, 5) Apakah strategi pemasaran, persepsi Pelatihan, persepsi Disiplin, persepsi Skill berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung?.

Hasil penelitian ini, yaitu: 1) Terdapat pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung. 2) Terdapat pengaruh persepsi Pelatihan terhadap peningkatan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung. 3) Terdapat pengaruh persepsi Disiplin terhadap peningkatan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung. 4) Terdapat pengaruh persepsi Skill terhadap peningkatan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung. 5) Terdapat pengaruh strategi pemasaran, persepsi Pelatihan, persepsi Disiplin, dan persepsi Skill terhadap peningkatan nasabah di KSPPS BTM Surya Madinah dan BMT Muamalat Tulungagung. Sesuai dengan hasil tersebut, maka menunjukkan bahwasanya peningkatan jumlah nasabah dipengaruhi oleh banyak faktor, penting bagi kedua lembaga keuangan untuk tetap mencermati faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Persepsi Pelatihan, Persepsi Disiplin, Persepsi Skill, Peningkatan Nasabah

ABSTRACT

Thesis entitled "The Influence of Marketing Strategy, Training, Discipline, and Persepsi Skillls on Increasing the Number of Savings Product Customers (Studies on KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung)." written by Andrew Mochamad Ilyas, NIM. 12401173527, Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervised by: Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Islamic financial institutions are one of the people's choices in the midst of various economic pressures that occur. The existence of financial institutions is one of the financing solutions, this is also another alternative in addition to controlling conventional financial institutions that first existed. KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung and BMT Muamalat Tulungagung are financial institutions located in Tulungagung Regency, able to survive and even continue to grow in the midst of the crush of big banks and experienced an increase in customers from year to year. This is certainly influenced by several factors as will be studied in this study such as Marketing Strategy, Training, Discipline, and Persepsi Skillls.

The formulation of the problem in this study, namely: 1) Does the marketing strategy affect the increase in the number of savings product customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung?, 2) Does training affect the increase in the number of savings product customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung?, 3) Does discipline affect on training to increase the number of savings product customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung? 4) Do persepsi Skillls have an effect on training and increase the number of savings product customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung?, 5) Do marketing strategies, training, discipline, persepsi Skillls have an effect on increasing the number of savings product customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung?.

The results of this study, namely: 1) There is an influence of marketing strategy on increasing customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung. 2) There is an effect of training on increasing customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung. 3) There is an influence of discipline on increasing customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung. 4) There is a persepsi Skillll effect on increasing customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung. 5) There is an influence of marketing strategies, training, discipline, and persepsi Skillls on increasing customers at KSPPS BTM Surya Madinah and BMT Muamalat Tulungagung. In accordance with these results, it shows that the increase in the number of customers is influenced by many factors. So it is important for both financial institutions to keep an eye on the factors that have an impact on the increase in the number of their customers.

Keywords: Marketing Strategy, Training, Discipline, Persepsi Skillls, Customer Improvement