

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*” ini ditulis oleh Wulan Sari Widya Mukti, NIM 2823133161, pembimbing Ali Mauludi, AC.MA

Penelitian dalam skripsi ini dilatar belakangi oleh fenomena semakin banyaknya lembaga-lembaga keuangan syariah. Persaingan saat ini semakin kuat dan ketat. Sehingga pihak lembaga keuangan syariah harus mempunyai strategi yang kuat pula untuk menghadapi persaingan tersebut. Salah satu strategi yang kuat misalnya dengan adanya pemasaran yang baik, mampu menjalin komunikasi yang berkelanjutan. Adanya penetapan pelayanan yang baik, sopan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Adanya kualitas produk yang dimiliki, dengan menerapkan prinsip syariah. Sehingga nasabah memiliki penilaian dan pengetahuan yang baik pula terhadap lembaga. Dan dengan cara itulah nantinya akan menciptakan daya tarik tersendiri pada nasabahnya dan juga akan menimbulkan kesan kesetiaan nasabah terhadap pihak lembaga.

Rumusan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah (1) Apakah strategi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung?, (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung?, (3) Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung?, (4) Apakah secara bersama-sama strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil* di BMT Pahlawan Tulungagung?

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif dan dengan data primer sebagai sumber data yang diperoleh dari hasil angket. Metode analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel strategi pemasaran berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*, (2) variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*, (3) variabel kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*, (4) variabel strategi pemasaran, kualitas pelayanan, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap variabel keputusan memilih pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Keputusan Memilih Pembiayaan *Ba'i Bitsaman Ajil*.

ABSTRACT

The thesis on titled “The Effect of Marketing Strategy, Service Quality and Product Quality on decision to choosing the Ba’i Bitsaman Ajil Financing at BMT Pahlawan Tulungagung” it was written by Wulan Sari Widya Mukti, NIM. 2823133103, advisor Ali Mauludi, AC.MA.

This research is motivated by the phenomenon of the increasing number of Islamic financial institutions. The current competition is increasingly intense and tight in all aspects of the economy. So the agency Islamic finance must have a powerful strategy to face it. One of the powerful strategy is a good marketing and ability to keeping the communication after. Setting the good service, polite and accordance with the principles of the Sharia. The product given with the quality product and accordance with the principles of the Sharia too. So the member have a good knowledge of the assessment and to the institutions. Good marketing, good service and good product will create attraction on the member and will also give rise to loyalty members toward institutions.

The formulation of research problem: (1) Is the marketing strategy in a significant effect on the decision to choosing the Ba’i Bitsaman Ajil financing at BMT Pahlawan Tulungagung?, (2) Is the service quality in a significant effect on the decision to choosing the Ba’i Bitsaman Ajil financing at BMT Pahlawan Tulungagung?, (3) Is the quality service in a significant effect on the decision to choosing the Ba’i Bitsaman Ajil financing at BMT Pahlawan Tulungagung?, (4) Are jointly marketing strategy, quality service, and quality product in a significant effect on the decision to choosing the Ba’i Bitsaman Ajil financing at BMT Tulungagung Tulungagung?

In this study, using a quantitative approach to the type of associative and primary data as the source of the data obtained from the questionnaire. The method of analysis in this research is multiple regression alisis, validity and reliability, test the classical assumption of normality test, multicollinearity, heterokesdastisitas test, and test hipotesis.

These results indicate that (1) Marketing startegy variable are not significant and negative effect on the decision to choosing Ba’i Bitsaman Ajil financing, (2) Quality service variable are significant and positive effect on the decision to choosing Ba’i Bitsaman Ajil financing, (3) Quality product variable are no significant and negative effect on the decision to choosing Ba’i Bitsaman Ajil, (4) Marketing strategy, quality service and quality product variable are together influential and significant to the variable decision to choosing Ba’i Bitsaman Ajil financing.

Keywords: Marketing Strategy, Quality Service, Quality Product, Decision to Choosing the Ba’i Bitsaman Ajil financing.