

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Menjadi Nasabah Pembiayaan Musyarakah di BMT Berkah Trenggalek”, ini ditulis oleh Chayo Luvita Islamiyah, NIM: 2823133024, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, yang dibimbing oleh Muhamad Aqim Adlan, M.E.I., NIP. 197404162008011008.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan lembaga keuangan dalam bidang pemasaran yang semakin meningkat. Hal ini disebabkan oleh kinerja dari masing-masing lembaga yang semakin menonjolkan keunggulan produk yang dimilikinya. Oleh sebab itu perlu adanya penerapan konsep *marketing mix*. Penelitian ini hanya menerapkan pelayanan dan promosi dengan alasan dimana produk yang diluncurkan belum tentu mendapatkan respon dari masyarakat untuk itu diperlukan adanya pelayanan yang baik dan promosi untuk mempengaruhi minat nasabah.

Rumusan masalah dalam penelitian skripsi ini adalah: (1) Apakah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Berkah Trenggalek? (2) Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Berkah Trenggalek? (3) Apakah pelayanan dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Berkah Trenggalek?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh signifikan mana yang paling kuat antara pengaruh pelayanan dan promosi terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Berkah Trenggalek.

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dan diperoleh sampel sebanyak 83 orang. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik analisis data adalah dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, koefisien determinasi.

Hasil yang dicapai menunjukkan bahwa (1) Secara parsial pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Berkah Trenggalek, (2) Secara parsial promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Berkah Trenggalek, (3) Secara simultan pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah pembiayaan musyarakah di BMT Berkah Trenggalek. Sehingga kesimpulan yang didapat adalah pelayanan dan promosi dapat mempengaruhi minat nasabah.

Kata Kunci: Pelayanan, Promosi, Minat Nasabah.

ABSTRACT

Thesis under the title “Influence Service and Promotion about an Customer Interest of Musyarakah Funding at BMT Berkah Trenggalek”. This thesis was done by Chayo Luvita Islamiyah, registered number : 2823133024, Department of Islamic Banking, Faculty of Economic and Islamic Business, State of Islamic Institute (IAIN) Tulungagung, advisor Muhammad Aqim Adlan, M.E.I., NIP. 19740416 200801 1 008.

This research in this thesis is based on the finance development in marketing more rise. In this case cause by performance from each institution that always show the advantages from the product that they have. Hence, it need assembling a concept that is *marketing mix*. This research only apply service and promotion because a product that produce sometimes can't get a response from a people, so it need a product strategy and promotion to influence the interest of customer.

A research problem of this research are : (1) is there service have a significance about customer interest of musyarakah funding at BMT Berkah Trenggalek? (2) is a promotion have a significance about the customer interest of musyarakah at BMT Berkah Trenggalek? (3) is service and promotion do together have significance influence customer interest of musyarakah funding at BMT Berkah Trenggalek?. The objectives of this research is to know the significance influence that has a strenght between service and promotion about the customer interest of musyarakah funding at BMT Berkah Trenggalek.

In this research the researcher use quantitative design by associatif research. The data collection in this research used questionnaire and get the sample are 83. The data that researcher use is primer that direct result with questionaire of customer musyarakah funding at BMT Berkah Trenggalek. The technique of analysis data with validity, reliability, normality, multikolinierity, heteroskedastity, multiple linier regresion, t_{test} , F_{test} , determination coefficient.

The value showed (1) in partial service have significant influence toward an customer interest of musyarakah funding at BMT Berkah Trenggalek, (2) in a partial promotion have significant influence toward an customer interest of musyarakah funding at BMT Berkah Trenggalek, (3) in a simultanious service and have promotion significant influence toward an promotion of musyarakah funding at BMT Berkah Trenggalek. The conclusion of this research is product strategy and promotion can influence customer interest.

Key Word : Service, Promotion, Customer Interest.