

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran, Etika Bisnis Islam dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Memilih Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Sahara Tulungagung” ini ditulis oleh Yuli Nur Kolim, Jurusan Perbankan Syariah, NIM 2823133165, Pembimbing H. Dede Nurrohman, M.Ag.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi perilaku konsumen lembaga keuangan syariah dalam pengambilan keputusan. Ada banyak pengaruh yang menjadi dasar konsumen menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Pengambilan keputusan konsumen untuk menjadi nasabah atau anggota BMT Sahara Tulungagung dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya faktor Bauran Pemasaran, Etika Bisnis Islam, dan Kualitas Pelayanan.

Rumusan masalah dalam skripsi ini adalah: (1) Bagaimanakah pengaruh antara bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung? (2) Bagaimanakah pengaruh antara etika bisnis islam terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung? (3) Bagaimanakah pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung? (4) Bagaimanakah pengaruh antara bauran pemasaran, etika bisnis islam, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung ?

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan penelitian kuantitatif Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah di BMT Sahara Tulungagung dengan menggunakan teori slovin didapatkan sampel sebesar 95 responden melalui teknik sampling acak. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dengan menggunakan kuisioner.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan (1) Bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Semakin baik bauran pemasaran yang diberikan maka semakin banyak pula minat nasabah yang akan memilih di BMT Sahara Tulungagung. (2) Etika bisnis islam tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah BMT Sahara Tulungagung, diharapkan BMT Sahara Tulungagung dapat menerapkan etika bisnis islam dalam pemberian pelayanan kepada anggota, selain itu pihak lembaga sebaiknya menerapkan etika Islam dalam berbisnis yang selalu berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist. (3) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah di BMT Sahara Tulungagung. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah maka semakin meningkat pula keputusan nasabah yang akan memilih di BMT Sahara Tulungagung. (4) Pengaruh yang signifikansi antara bauran pemasaran, etika bisnis islam, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini membuktikan dengan menerapkan bauran pemasaran, etika bisnis islam, dan kualitas pelayanan BMT Sahara Tulungagung dilakukan dengan baik maka akan meningkatkan keputusan nasabah memilih BMT Sahara Tulungagung.

**Kata kunci:** Bauran Pemasaran, Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, Keputusan Nasabah

## **ABSTRACT**

*The thesis titled "The Influence of Marketing Mix, Islamic Business Ethics, and Service Quality of the Customer Decision Choosing Baitul Maal wa Tamwil (BMT) Sahara Tulungagung" is written by Yuli Nur Kolim, Islamic Banking Department, NIM 2823133083, Advisor by H. Dede Nurrohman, M.Ag.*

*Research in this thesis is based on consumer behavior of sharia financial institutions in decision making. There are many influences on which consumers use the services of sharia financial institutions. Consumer decision making to become a customer or member BMT SAHARA Tulungagung influenced by several factors, including Marketing Mix factor, Islamic Business Ethics, and Service Quality.*

*The formulation of the problem in this thesis is: (1) How is the influence between the marketing mix on the decision of the customer chose BMT Sahara Tulungagung? (2) How is the influence between Islamic business ethics to customer decisions choose BMT Sahara Tulungagung? (3) How is the influence between service quality to customer decision choose BMT Sahara Tulungagung? (4) How is the influence between marketing mix, Islamic business ethics, and service quality to customer decisions choose BMT Sahara Tulungagung?*

*The type of research used is associative research with quantitative research. Population used in this research is financing customer in BMT Sahara Tulungagung by using slovin theory got sample of 95 respondents through random sampling technique. Data source used is primary data source by using questionnaire.*

*Based on the results of the study, it can be concluded (1) Marketing mix has a significant effect on customer decisions. The better the marketing mix provided, the more interest customers will choose in BMT Sahara Tulungagung. (2) Islamic business ethics do not give significant influence to the decision of customer of BMT Sahara Tulungagung, BMT Sahara Tulungagung expected to apply Islamic business ethics in giving service to member, besides that institution should apply Islamic ethics in doing business which always based on Al-Qur 'An and Hadist. (3) The quality of service significantly affects customer decisions in BMT Sahara Tulungagung. The better the quality of service provided to the customer, the more the decision of the customer will choose in BMT Sahara Tulungagung. (4) Significant influence between marketing mix, Islamic business ethics, and service quality together significantly influence customer's decision. This is proven by applying marketing mix, Islamic business ethics, and service quality BMT Sahara Tulungagung done well it will improve the decision of customers choose BMT Sahara Tulungagung.*

**Keywords:** *Marketing Mix, Islamic Business Ethics, Service Quality, Customer Decision*