

ABSTRAK

Elli Sukmaningrum, 2020, *Pengaruh Marketing Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Keuangan Syariah di Unit Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Koperasi Sumber Anyar (USPPS KSA) Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing : Dr. H. Rudy Haryanto, S.ST, MM.

Kata Kunci: *Marketing Syariah, Keputusan Menggunakan Jasa Keuangan Syariah*

Pemasaran memiliki peran pokok dalam peta bisnis suatu perusahaan . Baik perusahaan berskala nasional ataupun internasional membutuhkan seorang *marketer* andal untuk memasarkan produk atau jasa. Kesuksesan suatu produk diterima oleh target pasar tidak hanya ditentukan oleh murahness harga atau kualitas yang ditawarkan, tetapi ditentukan juga oleh strategi pemasaran yang dilakukan. *Marketing syariah* merupakan sebuah solusi dalam menghadapi praktek pemasaran konvensional yang kurang menjunjung tinggi nilai-nilai moralitas serta hak dan kewajiban konsumen kurang dihargai dalam transaksi jual beli. Posisi *marketer* sangat berperan penting dalam *marketing syariah* karena *marketer* menjadi *connected* antara konsumen dan produsen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh *Marketing Syariah* keputusan menggunakan jasa keuangan syariah di Unit Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Koperasi Sumber Anyar (USPPS KSA) Pamekasan. Variabel penelitian ini meliputi *Teistis* (X_1), *Etis* (X_2), *Realistis* (X_3) dan *Humanistis* (X_4), sebagai variabel-variabel yang mempengaruhi dan Keputusan menggunakan jasa keuangan syariah (Y) sebagai variabel yang dipengaruhi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 87 responden dengan *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil uji t diperoleh *Teistis/Rabbaniyah* (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar $2,413 > t_{tabel}$ 1,662 taraf sig 0,018 secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. *Etis/Akhlaqiyah* (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar $0,911 < t_{tabel}$ 1,662 taraf sig 0,365 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. *Realistis/Al-waqiyah* (X_3) diperoleh t_{hitung} sebesar $-0,322 < t_{tabel}$ 1,724 taraf sig 0,748 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. *Humanistis/Insaniyah* (X_4) diperoleh t_{hitung} sebesar $2,717 > t_{tabel}$ 1,662 taraf sig 0,008 secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah di Unit Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Koperasi Sumber Anyar (USPPS KSA) Pamekasan. Artinya 60,8% keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah dijelaskan oleh variasi variabel independen (*Teistis/Rabbaniyah* (X_1), *Etis/Akhlaqiyah* (X_2), *Realistis/Al-waqiyah* (X_3), dan *Humanistis/Insaniyah* (X_4)).