

## ABSTRAK

**Abd Mufid**, 2020, *Analisis Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah di KSPPS. BMT NU JAWA TIMUR Cab. Larangan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Ainol Yakin, SE, MM

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Strategi Pemasaran, dan Minat Nasabah*

Pelayanan dan pemasaran merupakan esensi yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan serta untuk memperoleh keuntungan yang maksimal atau bahkan untuk jangka waktu panjang. Untuk mencapai tujuan tersebut BMT harus melakukan usaha agar produk dan jasanya laku terjual. Promosi atau pemasaran merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dihasilkan BMT. Kualitas pelayanan juga harus diperhatikan demi loyalitas nasabah yang sudah ada dengan begitu masyarakat akan tetap berminat untuk menjadi nasabah BMT. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan pemasaran terhadap minat nasabah di Bmt Nu Cab Larangan.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *Non probability sampling*. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang disebar pada nasabah dengan jumlah sampel sebanyak 332 responden di ambil dengan teknik *Accidental Sampling*. Data yang didapat di analisis menggunakan metode regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *kualitas pelayanan* (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah (Y). Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  2,048 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,98525 dan nilai signifikansi 0,04 kurang dari 0,05. *Strategi Pemasaran* (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah (Y). Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  4,283 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,98525 dan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. *Kualitas pelayanan* (X1) dan *Strategi pemasaran* (X2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah (Y) dengan nilai  $F_{hitung}$  46,183 lebih besar dari  $F_{tabel}$  3,09, dan nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05.