

ABSTRAK

Nurun Nisa Faquita AR, 2024, *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Tarbiyah di Kantor Pusat BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Madura, Pembimbing Dr. Moh. Hamim Sultoni, M.A.B

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Minat Nasabah, Tabungan Tarbiyah*

Persaingan lembaga keuangan saat ini sangat ketat dikalangan sekolah maka lembaga perbankan perlu memperhatikan strategi pemasaran yang ada seperti sasaran pemasaran, kebutuhan pelanggan, sarana promosi atau penjualan dan laba keuntungan melalui konsumen. BPRS SPM Pamekasan melakukan beberapa inovasi yaitu menerapkan sistem mencari nasabah dengan mendatangi nasabah satu persatu sehingga kalangan sekolah menjadi percaya, yakin dan memiliki minat menabung khususnya pada tabungan Tarbiyah. Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua permasalahan yang menjadi pokok dalam penelitian ini, yaitu : *pertama*, apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan Tarbiyah di BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan dan *kedua*, seberapa besar pengaruh variabel strategi pemasaran terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan Tarbiyah di BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan teknik analisis yaitu analisis statistik deskriptif. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan yang menabung pada tabungan Tarbiyah. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh negatif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan Tarbiyah di BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan dengan nilai $|t_{hitung}| (-2,252) > t_{tabel} (2,026)$ dan nilai sig $(0,031) < 0,05$ yang artinya bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan produk tabungan Tarbiyah di BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan dan besarnya pengaruh variabel strategi pemasaran terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan Tarbiyah di kantor pusat BPRS Sarana Prima Mandiri (SPM) Pamekasan adalah 0,123 yang berarti strategi pemasaran memiliki pengaruh yang sangat rendah terhadap minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan Tarbiyah. Adapun kontribusi strategi pemasaran terhadap minat nasabah untuk menabung sebesar 12,3%, sedangkan sisanya 87,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.