

## ABSTRAK

*Yeyen Nuriani Riskiyah Efendy, 2024, Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Pembimbing: Uly Mabruroh Halida, M.E.*

**Kata Kunci: Relationship Marketing, Kualitas Layanan, Minat Nasabah**

Dunia perbankan mengalami perkembangan yang begitu pesat khususnya lembaga keuangan syariah. Dengan semakin ketatnya tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah, maka lembaga keuangan syariah seperti halnya BPRS Bhakti Sumekar harus bisa menyiapkan strategi pemasaran yang baik dan tepat sasaran. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar adalah dengan memperhatikan *relationship marketing* dan kualitas layanan. Dengan adanya *relationship marketing* dan kualitas layanan yang baik harus bisa menarik minat nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada tiga permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: pertama, apakah *relationship marketing* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Kedua, apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Ketiga, apakah *relationship marketing* dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan Produk tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan yang berjumlah 8.140 nasabah. Sedangkan untuk penentuan sampel peneliti menggunakan rumus *slovin* sehingga diperoleh sampel yang berjumlah 100 nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan metode *Accidental sampling*. Sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian berdasarkan hasil uji parsial variabel *relationship marketing* diperoleh thitung sebesar  $5,324 > t_{tabel} 1,660$  yang berarti *relationship marketing* berpengaruh terhadap menabung nasabah dalam menggunakan Produk Tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Untuk variabel kualitas layanan diperoleh thitung sebesar  $2,166 > t_{tabel} 1,660$  yang berarti kualitas layanan berpengaruh terhadap Produk Tabungan Barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Sedangkan untuk hasil uji simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $48,832 > F_{tabel} 3,090$  yang berarti ada pengaruh signifikan secara bersama-sama antara *relationship marketing* dan kualitas layanan terhadap Produk Tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.