

## ABSTRAK

**Yuliyanti Rafitri**, 2020, *Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Tabungan Barokah Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Lely Shofa Imama, Lc, M.S.I.

**Kata Kunci:** *Bauran Pemasaran, Minat Nasabah*

Di era perdagangan bebas perbankan syariah dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitif masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif dan efisien. Sehingga menjadi pilihan bagi banyak pelanggan yang pada gilirannya nanti diharapkan loyal untuk tetap setia dan percaya pada perusahaan. Tuntutan bersaing ini harus menjadi selalu menjadi perhatian oleh BPRS Bhakti Sumekar, yaitu menegani bauran pemasarannya terhadap tabungan barokah. Bauran pemasaran merupakan kombinasi variabel-variabel yang dapat dikontrol oleh perusahaan yang digunakan untuk memengaruhi perilaku pembeli pada pasar sasaran. Variabel-variabel bauran pemasaran terdiri dari beberapa variabel, yaitu produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik, dan proses. Tujuan dalam penelitian ini adalah peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran produk tabungan barokah terhadap minat nasabah secara parsial maupun simultan di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan analisis statistik dan angka-angka. Populasi penelitian ini yaitu seluruh nasabah tabungan barokah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan, dan teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau di akses, sampel dalam penelitian ini berjumlah 129 responden. Teknik analisa dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil perhitungan secara simultan diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar  $5,182 > F_{tabel}$  2,09 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti secara simultan bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat nasabah. Sedangkan hasil uji parsial, variabel produk, promosi, tempat, orang, bukti fisik, dan proses tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Dan untuk variabel harga  $T_{hitung}$  sebesar  $2,163 > T_{tabel}$  1,980 dengan signifikansi  $0,033 < 0,05$  yang berarti variabel harga berpengaruh signifikan. Sehingga variabel harga merupakan variabel paling dominan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menabung di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan.