

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN (*MARKETING MIX 7P*)
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN BANK SYARIAH MANDIRI
(STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
PEMBANTU KALIURANG YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

**LULU ULAENI
NIM. 15820129**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN (*MARKETING MIX 7P*)
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN PRODUK
TABUNGAN BANK SYARIAH MANDIRI
(STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG
PEMBANTU KALIURANG YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

LULU ULAENI
NIM. 15820129

DOSEN PEMBIMBING:

MUHAMMAD GHAFUR WIBOWO, S.E., M.SC.
NIP. 19800314 200312 1 003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-676/Un.02/DEB/PP.00.9/07/2019

Tugas akhir dengan judul: **“Pengaruh Strategi Pemasaran (*Marketing Mix 7P*) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta)”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Lulu Ulaeni
Nomor Induk Mahasiswa : 15820129
Telah diujikan pada : Jumat, 19 Juli 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR:

Ketua Sidang

Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.
NIP. 19800314 200312 1 003

Penguji I

Joko Setyono, S.E., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji II

Drs. Slamet Khilmi, M.Si.
NIP. 19631014 199203 1 002

Yogyakarta, 31 Juli 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

DEKAN



Dr. H. Syafiq Mahmudah Hanafi, M.Ag
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Lulu Ulaeni

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta**

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Lulu Ulaeni

NIM : 15820129

Judul Skripsi : "Pengaruh Strategi Pemasaran (*Marketing Mix 7P*) Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang, Yogyakarta)"

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi Saudari tersebut di atas dapat segera di munaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 12 Juli 2019
Pembimbing

Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc.
NIP. 19800314 200312 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lulu Ulaeni

NIM : 15820129

Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Strategi Pemasaran (Marketing Mix 7P) Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang, Yogyakarta)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* atau daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 12 Juli 2019

Penyusun,



Lulu Ulaeni

NIM. 15820129

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lulu Ulaeni
NIM : 15820129
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

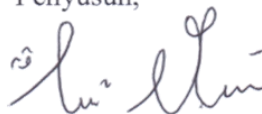
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Strategi Pemasaran (*Marketing Mix 7P*) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Tabungan Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang Yogyakarta)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 12 Juli 2019
Penyusun,



Lulu Ulaeni
NIM. 15820129

MOTTO

.

UNTUK KAMU YANG SEDANG BERJUANG, JANGAN BERSEDIH:

“INNA ALLAHA MA’ANA”

.

“... لَا تَحْزَنُ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا ...”

.

**“JANGAN ENGKAU BERSEDIH, SESUNGGUHNYA ALLAH BERSAMA
KITA.”**

(Q.S AT-TAUBAH: 40)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya Ini Kupersembahkan:

Teruntuk Ibunda Tercinta (Kurnia) dan Ayahanda Tersayang (Bushori, Alm) serta keluarga yang sabar mendidik, menyayangi, memberikan cinta, menasehati, memberikan doa, motivasi, dukungan secara moril maupun materil, dan kasih sayang yang terbaik. Semoga Allah senantiasa menyayangi dan melindungi. Amiiin

Mutiara kedua Ibunda, Naylatuzzahra Tsalsabila.

Tujuh Bidadari-ku:

**Rizka Ayunda Putri, S.E., Asri Zain Hakiki, S.E., Hanifah Nurul Syam, S.E.,
Dewi Hasanah Bolqiyah, S.E., Elok Etika Rahmawati, S.E., dan Titik
Nurjannah Wijayanti, S.E.**

Teruntuk sabahat-sahabatku yang selalu menyertaiku hingga saat ini

Teruntuk dosen-dosen dan Almamaterku, UIN Sunan Kalijaga

Dan yang terakhir,

**Teruntuk semua orang yang diberi kesempatan untuk saling mengenal,
menorehkan kesan-kesan di hidupku, yang berjasa dan berperan penting
dalam suka-dukaku**

“Maaf dan Terimakasih”

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf atau kata-kata arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan pedoman Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Šā'	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	J	Je
ح	Ḥā'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan Ha
د	Dāl	D	De
ذ	Žāl	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Rā	R	Er
ز	Zāi	Z	Zet
س	Sīn	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan ye

ص	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘ —	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mūm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwū	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	—'	Apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. *Tā'marbūṭah*

Semua *tā'marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	Ditulis	<i>‘illah</i>
كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

--- َ ---	Fathah	Ditulis	A
--- ِ ---	Kasrah	Ditulis	I
--- ُ ---	Ḍammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa’ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Žukira</i>
يذهب	Ḍammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>

2. faṭḥah + yā' mati	Ditulis	Ā
تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3. kasrah + yā' mati	Ditulis	Ī
كريم	Ditulis	<i>Karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. faṭḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. faṭḥah + wawū mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syāms</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Žawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Puji syukur Alhamdulillah atas rahmat, nikmat, karunia, dan hidayah yang diberikan Allah SWT sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan sesuai dengan yang diharapkan. Selanjutnya sholawat beserta salam senantiasa tetap tercurahkan keharibaan Nabi Besar Muhammad SAW. Beliau adalah nabi yang patut kita teladani akhlaknya sampai datangnya hari kiamat. Semoga kita semua dapat mengikuti teladan beliau, aamiin.

Skripsi ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tiada kebahagiaan yang terkira kecuali akhir yang manis dari sebuah proses dan perjuangan. Penulisan tugas akhir ini tidak mungkin dapat penyusun selesaikan sendiri, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penyusun ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Drs. KH. Yudian Wahyudi, Ph. D, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Joko Setyono, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Yogyakarta.
4. Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam

Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Beliau merupakan dosen yang telah banyak membantu mahasiswa-mahasiswinya dalam banyak hal. Dosen yang paling baik, pengertian, paling terbuka dan selalu membantu mahasiswanya mencari jalan keluar atas segala permasalahan akademik yang dihadapi. Terimakasih Bapak, semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat kepadanya dalam bentuk apapun.

5. Bapak Sofyan Hadinata, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu mengarahkan, membimbing penulis selama menempuh pendidikan, meluangkan waktu, dan memberikan semangat kepada penyusun dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, perbaikan dengan penuh kesabaran serta memberi dukungan dari awal proses skripsi sampai tahap akhir skripsi.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta terkhusus program studi perbankan syariah yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan. Semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat kepadanya dalam bentuk apapun.
8. Seluruh pegawai dan staff tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
9. Ibunda tercinta (Kurnia) dan Ayahanda tersayang (Bushori, Alm.) serta keluarga yang sabar mendidik, menyayangi, memberikan cinta, menasehati,

memberikan doa, motivasi, dukungan secara moril maupun materil, dan kasih sayang yang terbaik. Semoga Allah senantiasa menyayangi dan melindungi orang terhebat dalam hidup saya ini. Aamiin.

10. Adik saya Naylatuzzahra Tsalsabila yang menjadi motivasi saya untuk menjadi kakak yang lebih baik dan bisa diandalkan. Semoga Allah selalu melindungi, aamiin.

11. Tujuh Bidadari-ku: Dewi Hasanah Bolqiah atau biasa dipanggil Mba Dedew atau Mbol, sesepuh pribumi hits yang jago *nge-dance*, yang rumahnya selalu kami berantakin, maaf dan terimakasih. Titik Nurjannah Wijayanti (NJ), Kakak Pribumi yang sabar and bijak, terutama ngadepin aku yang masih bersifat kekanakan, maaf dan terimakasih. Elok Etika Rahmawati, Calon Pribumi karna Mamasnya orang Pribumi, yang paling sering bareng, nginep dikosnya, ngejalanin diet dan olahraga ala-ala eloks bareng, maaf dan terimakasih. Hanifah Nurul Syam (Nuyuy), yang dipanggil anak-anak PS kelas C sebagai Preman Klaten, mungkin karna dia orangnya pendiam dan keliatannya agak galak, tapi diluar itu semua Nuyuy orangnya baik banget, pinter, dia yang pertama siding guys, maaf dan terimakasih. Rizka Ayunda Putri biasa dipanggil Ika, Rizka, atau Ayu, anak Riau punya, yang dalam mengerjakan hal apapun selalu hati-hati, fokus, dan pejuang LDR yang sukses maaf dan terimakasih. Dan Asri Zain Hakiki, satu-satunya cewek (diantara kita) yang jago main *game* ala-ala cowok, pembimbing pengolah dataku yang banyak aku repotin, maaf dan terimakasih. Dan untuk kalian, terimakasih sudah bersedia kebersamaan selama perkuliahan ini. Banyak kesalahpahaman yang lalu-lalang semoga

termaafkan. Semoga kalian beserta keluarga selalu mendapatkan kesejahteraan dan ketenangan dalam menjalani hidup. Semoga dilain kesempatan kita masih bisa dipertemukan dalam keadaan yang lebih baik, aamiin.

12. Adivia Virawan, kakak sekaligus orang yang berjasa besar dalam mempermudah peneliti untuk melakukan penelitian di BSM KCP Kaliurang. Orang yang selalu membantu peneliti sebagai pembimbing non-formal. Maaf dan terimakasih telah banyak berkorban waktu, tenaga, dan pemikiran. Semoga Kak Adiv selalu diberi kemudahan oleh Allah sebagaimana telah mempermudah jalan penelitian ini. Aamiin.
13. Erni Ritonga, teman sekamarku yang sama-sama berjuang untuk bisa wisuda bareng. banyak menghabiskan waktu bareng. teman cerita dari sabang sampai merauke. Maaf dan terimakasih. Semoga segala impian dan harapan berwujud nyata, aamiin.
14. Susi Susanti atau biasa aku panggil akka atau Kak Sus, gadis pribumi Gunung Kidul asli yang disiplin, teman sekaligus kakak yang kamarnya pernah penuh dengan barang-barangku, teman curhat tentang hati, kakak yang bawelnya minta ampun, maaf dan terimakasih sudah bersedia menampung. Alhamdulillah lulus langsung dapat kerja. Semoga bisa aku ikuti jejaknya, aamiin. Semoga keberkahan dan ketenangan selalu bersamamu, kakakku. Aamiin.
15. Pasukan Kamar Pink Pondok Pesantren Assalafiyyah Mlangi: Tatan, Mba Ana, Mba Nafi, Sa Uyee, Mba Arum, Anggun, Lutfi, Mba Imma, Lili Chabib, yang selalu *support* dalam segala keadaan, teman seperjuangan mencari berkah ibu dan bapak kiai. Maaf dan terimakasih. Semoga kita senantiasa dapat

mengamalkan apa-apa yang telah didapat dan diajarkan, semoga keberkahan selalu menyertai kalian, aamiin.

16. Teman-teman Perbankan Syariah C, Cicil, Lutvi, shofi, Indah, Abi, Reza, Gilang, dan teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, serta seluruh teman Perbankan Syariah 2015 yang memberikan semangat selama ini. Maaf dan terimakasih.
17. Teman-teman satu DPS, terkhusus Astuti Eka Rahmawati dan Dewi Hasanah Bolqiah yang sudah mendahului dan selalu memberi dorongan semangat agar tidak takut saat bimbingan. Maaf dan terimakasih.
18. Keluarga Casvio Sechzehn-ku: Bang Mail, ketua keluarga kita. Bang Faiz, pebisnis pribumi Calon bos sukses aamiin. Bima, kakak tertua yang Agustus nanti mau menikah, samawa aamiin. Bunda Ayu yang paling dewasa. Ifa dan Eka, kakak imut yang pertama pecah telur, semoga segera mendapat pekerjaan yang diharapkan aamiin. Dini dan Tikeh, si kembar yang selalu bareng, dari kontrakan, jurusan, bahkan sampai sidangnya pun bareng, kompak terus aamiin. Eno, anak pantai karna rumahnya dekat dengan pantai, gunungkidul. Mentor inggris yang banyak memotivasi. Yulia Manda, anak pribumi yang cantik dan baiknya tidak nanggung-nanggung, terus jadi orang baik, yak, aamiin. Fatim, koki handal yang pinter masak, anak sosiologi agama yang suka bertukar pikiran dengan orang-orang beda agama, sukses dan hati-hati, sayang. Kak Merlin, *ngapak*ers punya, *ora ngapak ora kepenak*, ratu julidin orang-orang, kakak tertua yang ramah dan baik bagi adik-adiknya, maaf dan terimakasih. Syakilatie atau tante killa, mentor bimbil dan cewek super sibuk, pinter, dan

selalu bisa menghibur kita, semoga kesehatan selalu kebersamaimu, sahabatku, aamiin.

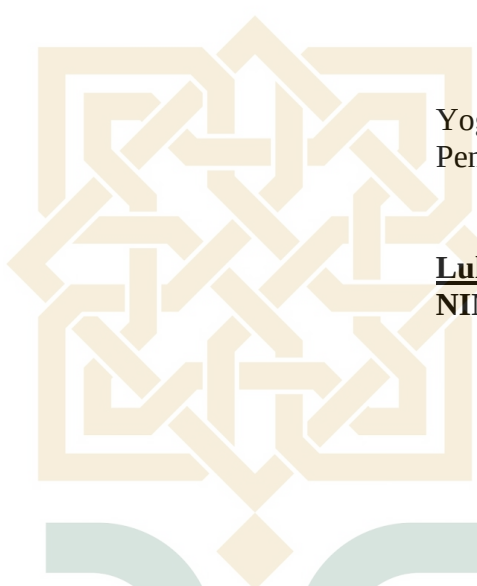
19. Keluarga KKN 96 kelompok 128, Karang Padang 2: Ramadi, pak ketua yang independen banget. Lutfi, anak pribumi Kulon Progo sekaligus *driver* angkut-angkut barang, hehe. Mughni, yang enggak bisa hidup tanpa games dan HP. Erni, temen Medan yang sekarang sekamar. Ulfah, keluarga bos yang paling banyak berdonasi, semoga berkah selalu usahanya aamiin. Neneng, ibu bendahara yang super irit, dewasa. Ika, Bantul punya, orang yang ramah dan selalu rame. Yayak, ibu sekretaris yang paling banyak kita buli, orang pertama yang lulus, sukses terus, yak. Aamiin. Dan untuk kalian semua, maaf dan terimakasih sudah menjadi teman yang enak untuk dua bulan di kampung orang. Khilaf dan salah semoga termaafkan. Dan semoga segala ilmu yang didapat selama berinteraksi di pengabdian masyarakat ini bisa sam-sama kita terapkan dilingkungan masyarakat kita masing-masing, aamiin.

20. Keluarga Besar LP2KIS, sebuah organisasi yang memiliki asas kekeluargaan yang hangat, tempat berbagi ilmu dan pembelajaran. Maaf dan terimakasih telah menjadi keluarga di Jogja, 2,5 tahun kebersamai telah mengajarkan banyak hal tentang *public speaking*, *outbound*, dan tanggungjawab. Semoga kedepannya LP2KIS bisa semakin melebarkan sayapnya ke seluruh penjuru dunia, aamiin.

21. Pihak Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta yang telah mendukung penelitian ini serta responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian. Maaf dan terimakasih.

22. Semua pihak yang turut berjasa, hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak bisa dituliskan satu-persatu.

Disamping itu penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi penulis. Akhir kata, penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.



Yogyakarta, 12 Juli 2019
Penyusun,

Lulu Ulaeni
NIM. 15820129

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xx
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
ABSTRAK	xxvi
ABSTRACT	xxvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	15

A. Kerangka Teoritik	15
1. Bank Syariah	15
2. Tabungan	16
3. Tabungan BSM	16
4. Strategi Pemasaran	17
5. Strategi Pemasaran dalam Islam	25
6. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) 7P	31
7. Perilaku Konsumen	44
8. Keputusan Nasabah	47
B. Telaah Pustaka	53
C. Pengembangan Hipotesis	62
D. Kerangka Pemikiran	69
BAB III METODE PENELITIAN	70
A. Jenis dan Sifat Penelitian	70
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	71
C. Populasi dan Sampel	71
D. Metode Pengumpulan Data	74
E. Definisi Operasional Variabel	76
F. Instrument Penelitian	79
G. Teknik Analisis Data	81
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	87
A. Deskripsi Objek Penelitian	87
B. Analisis Hasil Deskriptif Responden	91

C. Evaluasi Model Pengukuran.....	101
D. Evaluasi Model Struktural.....	111
E. Uji Signifikansi.....	112
F. Pembahasan	118
BAB V PENUTUP.....	144
A. Kesimpulan	144
B. Saran.....	147
DAFTAR PUSTAKA.....	149
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keunggulan Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah	2
Tabel 1.2 Kelemahan Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah	3
Tabel 1.3 Simulasi Nisbah atau Bagi Hasil antara Tabungan BSM (dana murah) dan BSM Deposito (dana mahal).....	7
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	53
Tabel 3.1 Empat Alternatif Jawaban Kuesioner	75
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	81
Tabel 4.1 Nilai <i>Loading</i> Faktor.....	102
Tabel 4.2 Nilai <i>Average Variance Extracted (Ave)</i>	104
Tabel 4.3 Nilai <i>Cross Loading</i>	105
Tabel 4.4 <i>Fornell-Lacker</i> Criterion.....	108
Tabel 4.5 Korelasi Variabel Laten	108
Tabel 4.6 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	110
Tabel 4.7 Nilai <i>Composite Reability</i>	110
Tabel 4.8 Nilai <i>R-Square</i>	111
Tabel 4.9 Nilai Koefisien Jalur	115
Tabel 4.10 Ringkasan Pembahasan.....	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	69
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden	91
Gambar 4.2 Status Responden	92
Gambar 4.3 Usia Responden.....	93
Gambar 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	95
Gambar 4.5 Pekerjaan Responden	97
Gambar 4.6 Pendapatan/Bulan Responden.....	98
Gambar 4.7 Lama Menjadi Nasabah BSM KCP Kaliurang	100
Gambar 4.8 Output Alghoritm	113
Gambar 4.9 Output Bootstraping	114

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	i
Lampiran 2 Hasil Wawancara Nasabah	v
Lampiran 3 Hasil Kuesioner	ix
Lampiran 4 Hasil Olah Data SmartPLS.3	xxiv
Lampiran 5 Tabel-t	xxx
Lampiran 6 Curriculum Vitae	xxxv



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Strategi Pemasaran *Marketing Mix 7P* terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM (studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta). Penelitian ini bersifat studi kausal yang bertujuan untuk mengetahui apakah satu variabel dapat mempengaruhi variabel lain. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden yang diukur menggunakan metode Roscou. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner dan wawancara langsung kepada nasabah BSM KCP Kaliurang Yogyakarta. Teknik/metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian data diolah menggunakan *SmartPLS.3*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Price*, *process*, dan *physical evidence* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta. Sedangkan *product*, *place*, *promotion*, dan *people* tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM pada Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Marketing Mix 7P*, Keputusan Nasabah

ABSTRACT

This study aims to determine the Effect of marketing strategy for marketing mix 7P on Customer Decisions in Using BSM saving Products (Case Study at Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta). This research is a causal study which aims to find out whether one variable can affect other variables. The research method used is quantitative research methods. The sample in this study were 80 respondents measured using the Roscou method. The data in this study were obtained through questionnaires and direct interviews. The data analysis method used in this study is Structural Equation Modeling (SEM) contains validity test and reliability test, then the data started using SmartPLS.3. The results showed that the Price, process, and physical evidence had a significant positive effect on customer decisions in using BSM saving Products in Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta. While the product, place, promotion, and people does not affect the customer's decision to use BSM saving Products in Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta.

Keywords: Marketing Strategy, Marketing Mix 7P, Customers Decisions.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sesuai dengan laju pertumbuhan ekonomi dan gerak pembangunan suatu bangsa, lembaga keuangan tumbuh dengan berbagai alternatif jasa yang ditawarkan. Lembaga keuangan yang merupakan lembaga perantara dari pihak yang memiliki kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak yang kekurangan dana (*lack of funds*), memiliki fungsi sebagai perantara keuangan masyarakat/*financial intermediary* (Sinungan, 1987: 111). Lembaga keuangan, sebagaimana halnya suatu lembaga atau institusi, pada hakikatnya berada di tengah-tengah masyarakat. Lembaga yang merupakan organ masyarakat merupakan sesuatu yang keberadaannya untuk memenuhi tugas sosial dan kebutuhan khusus masyarakat. Berbagai jenis lembaga ada dan dikenal dalam masyarakat masing-masing mempunyai tugas sendiri sesuai dengan maksud dan tujuan dari tiap lembaga yang bersangkutan (Hartono, 2001: 4).

Dewasa ini, salah satu lembaga keuangan yang sedang marak-maraknya sampai saat ini adalah lembaga keuangan perbankan, baik itu perbankan konvensional maupun perbankan syariah. Perbankan konvensional sendiri menurut pasal 1 angka (1) UU No. 10 Tahun 1998 yakni “perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya”. Sedangkan perbankan syariah menurut pasal 1 angka 1 UU No. 21 Tahun 2008

adalah “segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya” (Imaniyati, 2013: 61-62).

Adanya undang-undang terkait perbankan konvensional dan perbankan syariah tersebut memberikan kemudahan untuk masing-masing pihak agar senantiasa bersaing dengan kompetitif dan sesuai dengan aturan yang ada. Persaingan antara perbankan konvensional dengan perbankan syariah terlihat semakin sengit pada saat persepsi masyarakat tentang perbankan konvensional dan perbankan syariah mulai memiliki keunggulan dan kelemahannya masing-masing. Keunggulan dan kelemahan perbankan konvensional dan perbankan syariah menurut Antonio (2008) sebagai berikut:

Tabel 1.1 Keunggulan Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah

No.	Perbankan konvensional	Perbankan syariah
1	Dukungan peraturan perundang-undangan yang mapan sehingga bank dapat bergerak lebih pasti.	Kelebihan bank syariah terutama pada kuatnya ikatan emosional keagamaan antara pemegang saham, pengelola bank, dan nasabahnya. Dari ikatan emosional inilah dapat dikembangkan kebersamaan dalam menghadapi risiko usaha dan membagi keuntungan secara jujur dan adil.
2	Banyaknya bank konvensional menggairahkan persaingan.	Dengan adanya keterikatan secara religi, maka semua pihak yang terlibat dalam bank islam adalah berusaha sebaik-baiknya dengan pengalaman ajaran agamanya sehingga berapa pun hasil yang diperoleh diyakini membawa berkah.

3	Nasabah telah terbiasa dengan sistem bunga tidak dengan metode bagi hasil yang relatif baru.	Adanya fasilitas pembiayaan yang tidak membebani nasabah sejak awal dengan kewajiban membayar biaya secara tetap. Hal ini adalah memberikan kelonggaran psikologis yang diperlukan nasabah untuk dapat berusaha secara tenang dan sungguh-sungguh.
4	Bank konvensional lebih kreatif membuat produk-produk baru.	Dengan adanya sistem bagi hasil untuk penyimpan dana setelah tersedia peringatan dini tentang keadaan bank yang bisa diketahui sewaktu-waktu dari naik turunnya jumlah bagi hasil yang diterima.
5	Metode bunga telah lama dikenal masyarakat.	Penerapan sistem bagi hasil dan ditinggalkannya sistem bunga menjadikan bank islam lebih mandiri dari pengaruh gejolak moneter baik dari dalam maupun dari luar negeri.

Tabel 1.2 Kelemahan Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah

No.	Perbankan Konvensional	Perbankan Syariah
1.	Adanya praktik spekulasi tanpa perhitungan.	Jaringan kantor bank syariah belum luas.
2.	Kredit bermasalah.	SDM masih sedikit.
3.	Praktik curang.	Pemahaman masyarakat tentang bank syariah masih kurang.
4.	Faktor manajemen.	Kekeliruan penilaian proyek berakibat lebih besar daripada perbankan konvensional.

Faktor lain yang menjadi pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional adalah pada margin/bagi hasilnya. Margin pada pembiayaan bank syariah disebut lebih tinggi daripada bunga kredit bank konvensional. Hal ini

terjadi karena saat ini *share* bank syariah di Indonesia masih sangat kecil yakni 5% dari bank konvensional. Sekretariat Jenderal Asosiasi Perbankan Syariah Indonesia (Asbisindo), Achmad K Permana menjelaskan bahwa sebenarnya terkait margin tidak ada hubungannya dengan syariah dan non syariah. beliau mengatakan bahwa nisbah itu tergantung dari dana yang dikumpulkan, karena bank konvensional lebih banyak dari bank syariah maka *funding* bank konvensional lebih murah daripada bank syariah.¹

Bank syariah sebagaimana halnya bank konvensional merupakan lembaga perantara keuangan (*intermediasi finance*). Sebagai lembaga perantara keuangan, bank syariah memiliki fungsi utama menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat. Hal ini terdapat pada pasal 3 dan 4 Undang-Undang No. 10 Tahun 1998.

PT Bank Syariah Mandiri, yang kemudian disingkat menjadi BSM, secara resmi mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 november 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir dan tampil dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual. BSM tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan keduanya, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan BSM dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. per desember 2017 BSM memiliki 737 kantor layanan di seluruh Indonesia, dengan akses lebih dari 196.000 jaringan ATM.²

¹ <https://m.detik.com/finance/moneter/d-3893353/kok-bisa-bunga-di-bank-syariah-lebih-tinggi-ini-penjelasan-diakses-pada-pukul-14.48-WIB-tanggal-11-Mei-2019>.

² <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan> diakses pada tanggal 11 Mei 2019.

Secara umum, sistem operasional bank syariah hampir tidak memiliki perbedaan dengan bank umum konvensional yakni menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan kepada masyarakat yang menyalurkan dana. Hanya saja yang membedakannya adalah pada landasan operasional dan beberapa mekanisme produk yang harus berdasarkan syariat Islam.

DPK adalah dana yang berasal dari masyarakat atau nasabah yang terdiri dari giro, tabungan dan simpanan berjangka, sertifikat deposito dan kewajiban segera lainnya (Riyadi: 2006). Secara teknis yang dimaksud DPK pada perbankan syariah adalah giro *wadiah*, tabungan *wadiah* dan tabungan *mudarabah*, deposito *Mudarabah*. Salah satu sumber dana yang digunakan dalam pembiayaan antara lain dana simpanan atau dana dari nasabah (DPK). Sehingga jika semakin besar DPK yang tersedia, maka bank syariah akan lebih banyak menawarkan pembiayaan (Fitri, 2016).

Dalam penghimpunan dana ada istilah dana mahal dan dana murah. Dana mahal contohnya adalah deposito. Dikatakan mahal karena nisbah yang diberikan bank kepada nasabah dana pihak ketiga deposito relatif tinggi. Kedua ada dana murah, dana murah ini biasanya produk tabungan *CASA* (*Current Account and Saving Account*) atau produk tabungan yang fungsinya sebagai transaksi. Dana murah ini bisa menggunakan akad *Mudarabah* ataupun *wadiah*. Apabila suatu bank memiliki banyak dana murah, maka di dalam mereka menyalurkan pembiayaannya juga bisa memberikan margin yang realtif lebih murah.

Dampaknya adalah bank tersebut bisa lebih kompetitif di dalam pembiayaan mereka. Begitupun yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri. Sebagai mana tertulis pada misi mereka “Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel”. Dalam hal ini bisa dilihat bahwa memang bank syariah mandiri menghimpun dana murah dan menyalurkan pembiayaan mereka pada segmen ritel, yang biasanya untuk margin di segmen ritel relatif lebih tinggi. Apabila bank syariah mandiri berhasil menjalankan misi mereka maka yang terjadi adalah keuntungan bank syariah mandiri akan besar. Hal ini dikarenakan mereka menghimpun dana murah dan menyalurkan ke segmen yang bisa memberikan mereka margin yang besar.

Penghimpunan dana (*funding*) di bank syariah menurut Imaniyati (2013: 101) terbagi menjadi 3 (tiga) yakni tabungan, giro, dan deposito. Sama halnya dengan penjelasan tersebut, pada BSM sendiri, produk penghimpunan dana terbagi menjadi tiga, yakni tabungan, giro, dan deposito. Tabungan pada BSM memiliki dua akad, yakni akad Mudarabah dan akad *wadiah*. Yang kemudian disebut dengan Tabungan Mudarabah BSM dan Tabungan *Wadiah* BSM. Tabungan Mudarabah BSM adalah tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM dengan berdasarkan prinsip syariah dan dengan akad Mudarabah.³ Sedangkan Tabungan *Wadiah* BSM adalah tabungan

³ <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-mudharabah> diakses pada tanggal 11 Mei 2019.

berdasarkan prinsip *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati.⁴

Giro pada BSM, yang kemudian disebut BSM Giro adalah sarana penyimpanan dana dalam mata uang rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip *wadiah*.⁵ Untuk deposito di BSM, yang kemudian disebut BSM Deposito adalah investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip Mudarabah untuk perorangan dan non-perorangan.⁶

Untuk nisbah atau bagi hasil antara tabungan, giro, dan deposito berbeda-beda nilainya. Hal ini dikarenakan masing-masing dari produk tersebut memiliki ketentuan dan kebijakan perusahaan yang berbeda. Pada BSM sendiri, sebagai contoh, berikut tabel simulasi nisbah atau bagi hasil antara tabungan BSM (dana murah) dan BSM Deposito (dana mahal).

Tabel 1.3 Simulasi Nisbah atau Bagi Hasil antara Tabungan BSM (dana murah) dan BSM Deposito (dana mahal).⁷

No.	Simulasi Nisbah	Tabungan	Deposito
1.	Saldo rata-rata nasabah bulan Maret	Rp1.000.000	Rp1.000.000
2.	Porsi nisbah nasabah	Mudarabah 34%, <i>wadiah</i> 0% (bonus)	51%

⁴ <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-wadiah> diakses pada tanggal 11 Mei 2019

⁵ <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/giro/bsm-giro> diakses pada tanggal 11 mei 2019.

⁶ <https://www.syariahamandiri.co.id/consumer-banking/deposito/bsm-deposito> diakses pada tanggal 11 Mei 2019

⁷ <https://www.mandirisyariah.co.id/layanan-nasabah/simulasi/simulasi-tabungan-dan-deposito> diakses pada pukul 16:41 WIB tanggal 24 Juli 2019.

3.	Porsi nisbah bank	Mudarabah 66%, <i>wadiah</i> 100%	49%
4.	Saldo rata-rata seluruh nasabah BSM bulan Maret	Rp40.000.000.000	Rp50.000.000.000
5.	Pendapatan bank yang dibagihasilkan untuk nasabah bulan Maret	Rp1.000.000.000	Rp2.000.000.000
6.	Jumlah hari penempatan	30 hari	30 hari
7.	bagi hasil yang diperoleh nasabah	Rp680 (sebelum dipotong pajak)	Rp1.700 (sebelum dipotong pajak)

Dengan mengetahui dampak DPK (tabungan dan deposito) terhadap pembiayaan, bank syariah berupaya untuk meningkatkan DPK agar pembiayaan di bank syariah pun ikut meningkat. Sama halnya dengan BSM yang terus berupaya untuk meningkatkan DPK salah satunya lewat produk tabungan BSM yang mana diketahui lebih memberikan peningkatan pembiayaan yang lebih tinggi dibanding dengan produk giro maupun deposito. Namun, hal tersebut tidak terlepas dari peran *marketing* sebagai bidang pemasarannya.

Menurut Tjiptono (2002), Strategi pemasaran merupakan pernyataan baik secara eksplisit maupun implisit mengenai bagaimana suatu merk atau lini produk mencapai tujuannya. Strategi *Marketing* perbankan kini dilakukan secara terpadu sebagai usaha untuk memuaskan keinginan nasabah. Secara umum strategi *Marketing* dilakukan dengan menerapkan *Marketing Mix* (bauran pemasaran) 7P yang terdiri dari *product* (produk), *Price* (harga), *place* (tempat),

promotion (promosi), *people* (orang), *Process* (proses), dan *Physical evidence* (sarana fisik) (Kotler, 2012: 62).

Jadi, untuk meningkatkan penyaluran Tabungan BSM maka diperlukan strategi *Marketing* yang tepat agar mencapai target dan tujuan yang sudah ditetapkan. Strategi inilah yang kemudian bisa diterapkan untuk menarik nasabah agar menggunakan produk Tabungan BSM dan memaksimalkan produk tabungan BSM dengan dana murah agar bank syariah bisa lebih kompetitif dengan bank konvensional terkait *funding* dan pembiayaan untuk masyarakat lebih murah.

Penelitian yang dilakukan oleh Baiti (2016) menyatakan bahwa hasil *t-test* variabel independen produk, lokasi, dan orang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan menjadi nasabah tabungan iB Muamalat. Sedangkan variabel independen bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan menjadi nasabah tabungan iB Muamalat. Sedangkan dari hasil uji F-test menunjukkan bahwa variabel independen produk, lokasi, promosi, orang, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan iB Muamalat.

Hal tersebut berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuanita (2017) yang menyatakan bahwa hasil *t-tast* variabel independen produk, kualitas jasa, dan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen keputusan nasabah untuk menabung.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul **“Pengaruh Strategi Pemasaran (*Marketing Mix 7P*) Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Kaliurang, Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang tersebut, maka secara ringkas masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Variabel *Product* (produk) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang?
2. Apakah Variabel *Price* (harga) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang?
3. Apakah Variabel *Place* (tempat) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang?
4. Apakah Variabel *Promotion* (promosi) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang?
5. Apakah Variabel *People* (orang) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang?
6. Apakah Variabel *Process* (proses) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang?
7. Apakah Variabel *Physical evidence* (sarana fisik) berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Product* (produk) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Price* (harga) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Place* (tempat) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Promotion* (promosi) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang.
5. Untuk mengetahui pengaruh *People* (orang) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Process* (proses) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Physical evidence* (sarana fisik) terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Tabungan BSM KCP Kaliurang.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian ini diantaranya adalah:

1. Bagi penyusun, selain sebagai bahan masukan, penelitian ini juga bermanfaat guna meningkatkan pengetahuan dan wawasan peneliti tentang strategi pemasaran dalam memaksimalkan dan meningkatkan penjualan produk.

2. Bagi praktisi, penelitian ini diharapkan dapat membantu praktisi untuk menarik minat masyarakat dan instansi untuk melakukan hubungan dengan Bank Syariah Mandiri, baik pada produk penghimpunan, pembiayaan, dan jasa Bank Syariah Mandiri lainnya.
3. Bagi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, agar dapat menambah sarana informasi dan referensi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya pada Program Studi Perbankan Syariah dan sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan.
4. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan menjadi bahan referensi dalam memecahkan masalah yang berkaitan dengan masalah yang dikaji dalam penelitian sebelumnya, khususnya yang terkait dengan strategi pemasaran.
5. Bagi masyarakat, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan menjadi sumbangan informasi bagi pihak-pihak yang memerlukan Produk Tabungan Bank Syariah Mandiri.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Sistematika pembahasan pada proposal ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, berisi tentang alasan peneliti dalam menentukan judul, yang didalamnya terdapat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Latar belakang meliputi uraian tentang isu utama yang didukung oleh fakta dan data yang terkait, uraian secara ringkas teori utama, dan uraian secara ringkas beberapa

hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Rumusan masalah membahas tentang apa saja yang menjadi masalah dalam penelitian ini yang kemudian merumuskannya untuk menjadi fokus dari penelitian ini. Pada penelitian ini rumusan masalah disajikan dalam bentuk narasi. Tujuan penelitian berisikan tentang tujuan dari penelitian ini. Tujuan tersebut mengacu pada Rumusan Masalah. Tujuan pada penelitian ini dimaksudkan untuk apa rumusan masalah penelitian diajukan. Manfaat penelitian berisikan tentang manfaat dari penelitian ini. manfaat penelitian disajikan untuk siapa dan apa manfaat yang didapat dari hasil penelitian ini nantinya. Sedangkan sistematika pembahasan menerangkan tentang isi dari bagian-bagian pada penelitian.

Bab II Kerangka Teori, berisi tentang landasan teori, telaah pustaka, dan kerangka pemikiran yang memiliki keterkaitan dengan isi dalam proposal berdasarkan referensi dari buku, jurnal, dan internet. Landasar teori berisi tentang teori yang dijadikan dasar penelitian. Landasan teori pada bagian ini mengacu pada jurnal internasional, jurnal nasional serta beberapa penelitian yang telah dilakukan sebagai bahan rujukan penelitian ini. Telaah pustaka berisikan tentang ringkasan hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini, serta penjelasan ringkas tentang perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Sedangkan Kerangka pemikiran berisi gambar skematis dari hubungan antarvariabel.

Bab III Metode Penelitian, berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh peneliti meliputi jenis penelitian yang digunakan, sumber dan

jenis data yang digunakan, populasi dan sampel, dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini.

Bab IV Analisis dan Pembahasan, berisi tentang hasil penelitian berupa data dan deskripsinya secara rinci yang didasari dengan konsep teoritis.

Bab V Penutup, berisi tentang kesimpulan yaitu menjawab apa yang ada di rumusan masalah, dan saran bagi pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini.

Bagian Akhir. bagian berisikan daftar pustaka. Daftar pustaka ialah daftar referensi-referensi yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini referensi yang digunakan yakni jurnal, skripsi, website, artikel, dan media pendukung lain yang relevan dengan penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada pengaruh variabel dependen (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) terhadap variabel independen (keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan pada bank syariah mandiri kantor cabang pembantu kaliurang), maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji signifikansi Besarnya koefisien parameter pada variabel *product* (X1) sebesar -0.101 yang berarti terdapat pengaruh negatif antara *product* (X1) terhadap variabel endogen (Y) keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik *product* tabungan BSM KCP Kaliurang Yogyakarta tidak mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM karena dari hasil kuesioner *product* Tabungan BSM dianggap tidak lebih menguntungkan dibanding produk tabungan lainnya. Dengan nilai t-statistik sebesar 1.549 yang berarti tidak signifikan karena nilai t-statistik tidak lebih besar dari t-tabel.
2. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel *Price* (X2) sebesar 0.558 yang berarti terdapat pengaruh positif antara *Price* (X2) terhadap variabel endogen (Y) keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin perusahaan menetapkan ketepatan *Price* yang diberikan maka keputusan

nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM akan semakin meningkat. Dengan nilai t-statistik sebesar 3.506 yang berarti signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel.

3. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel *place* (X3) sebesar -0.057 yang berarti terdapat pengaruh negatif antara *place* (X3) terhadap variabel endogen (Y) keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik *place* tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM karena dari hasil kuesioner *place* ATM yang mudah ditemukan dan mudah dijangkau lebih memberikan pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk dari bank tersebut. Dengan nilai t-statistik sebesar 0.676 yang berarti tidak signifikan karena nilai t-statistik lebih kecil dari t-tabel.
4. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel *promotion* (X4) sebesar 0.011 yang berarti terdapat pengaruh positif antara *promotion* (X4) terhadap variabel endogen (Y) keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik promosi yang diberikan maka keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM akan semakin meningkat. Dengan nilai t-statistik sebesar 0.244 yang berarti tidak signifikan karena nilai t-statistik tidak lebih besar dari t-tabel.
5. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel *people* (X5) sebesar -0.116 yang berarti terdapat pengaruh negatif antara

people (X5) terhadap variabel endogen (Y) keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik karyawan BSM KCP Kaliurang Yogyakarta dalam menangani nasabah maka tidak memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM karena dari hasil kuesioner variabel *people* dalam pelayanan maupun kinerjanya tidak lebih memuaskan dibanding pelayanan maupun kinerja dari pegawai bank lainnya, dalam artian pelayanan dan kinerja pegawai BSM KCP Kaliurang Yogyakarta sebanding atau sama halnya dengan pegawai-pegawai bank lainnya. dengan nilai t-statistik sebesar 1.167 yang berarti tidak signifikan karena nilai t-statistik tidak lebih besar dari t-tabel.

6. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel *Process* (X6) sebesar 0.336 yang berarti terdapat pengaruh positif antara *Process* (X6) terhadap variabel endogen (Y) keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM, atau dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik proses yang diberikan maka keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM akan semakin meningkat. Dengan nilai t-statistik sebesar 5.559 yang berarti signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel.
7. Berdasarkan uji signifikansi besarnya koefisien parameter pada variabel *Physical evidence* (X7) sebesar 0.367 yang berarti terdapat pengaruh positif antara *Physical evidence* (X7) terhadap variabel endogen (Y) keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM, atau dapat

diinterpretasikan bahwa semakin baik sarana fisik yang disediakan maka keputusan nasabah dalam menggunakan produk tabungan BSM akan semakin meningkat yang berarti signifikan. Dengan nilai t-statistik sebesar 4.219 yang berarti signifikan karena nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka terdapat beberapa saran yang kiranya dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Saran untuk perbankan syariah, sosialisasi atau promosi mengenai produk yang dikeluarkan memang perlu, namun menunjukkan manfaat dan keuntungan yang akan diterima oleh nasabah menjadi faktor yang bisa diterapkan. Seseorang akan cenderung melakukan sesuatu apabila terdapat keuntungan yang akan diperoleh nantinya. Maka selain melakukan sosialisasi, juga diperlukan inovasi yang kreatif terkait keuntungan yang akan diperoleh nasabah.
2. Saran untuk masyarakat, masyarakat berperan aktif dalam perekonomian Negara dengan menggunakan fasilitas-fasilitas yang telah disediakan oleh jasa perbankan dalam melakukan transaksi baik penghimpunan dana maupun penyaluran pembiayaan. Tentunya hal ini dapat menguntungkan bagi masyarakat itu sendiri, penyedia jasa dan Negara.
3. Saran untuk peneliti selanjutnya, strategi pemasaran sangatlah luas, *Marketing Mix* misalnya, dalam perkembangan zaman pasti akan muncul

teori-teori baru tentang *Marketing Mix*. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan *Marketing Mix 7P*, untuk peneliti selanjutnya mungkin bisa menggunakan marketing mix 8P, 9P, 10P, bahkan 11P. Selamat melengkapi apa-apa yang belum lengkap dalam penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Alifi, Mochamad., 2017, “Pengaruh *Marketing Mix* dan Pengetahuan Produk Tabungan Terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung Pada Baitul Maal Wat Tamwil Pahlawan Tulungagung”, *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Alma, Buchari., 2005, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV Alfabeta).
- Anderson, James C., Gebing, David W., 1988, *Structural Equation Modeling In Practice: A Review And Recommended Two-Step Approach*, *Journal Article Psychological Bulletin*, Vol. 103 No. 3, Januari 1988.
- Antika, Rindi., Erita., Malinda, Yola., 2017, “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di Tabungan Masyarakat Desa (Tamasa) Pada PT.BPR-LPN Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya”, *Jurnal Mahasiswa dan Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat*.
- Antonio, MS., Kartajaya, H., Sula, MS., 2008, *Syariah Marketing*, (Jakarta Selatan: Mizan Media Utama).
- Atwal, Arifin., 2014, “Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta”, *Karya Ilmiah*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Baiti, Rizka Ulfah., 2016, “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan IB Muamalat di Bank Muamalat KCP Salatiga”, *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Boyd, Happer ., Dkk., 2000, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga), Edisi Kedua.

- Cahyani, Putri Dwi., 2016, “Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta”, *SENSI: Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol. 6 No. 2 Oktober 2016.
- Dahlan, Ahmad., 2012, *Bank Syariah*, (Yogyakarta: Teras).
- Dendawijaya, Lukman., 2005, *Manajemen Perbankan*, (Bogor: Ghalia Indonesia).
- Dendawijaya, Lukman., 2009, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia).
- Dharmmestha, B.S., 1996, *Azas-Azas Marketing*, (Yogyakarta: Liberty).
- Ernawati, Tatik., 2015, “Pengaruh Pelayanan, Promosi, Lokasi, Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah (Survey Pada BTN Syariah Cabang Surakarta)”, *Naskah Publikasi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fahrudin, Muhammad Fajar., 2015, “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Bank Mandiri di Surabaya”, *Artikel Ilmiah*, STIE PERBANAS Surabaya.
- Fajri, Detha Alfrian., Arifin, Zainul., Wilopo., 2013, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung (Survey Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Malang)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Volume 6 Nomor 2 Desember 2013.
- Fitri, Maltuf., 2016, “Peran Dana Pihak Ketiga dalam Kinerja Lembaga Pembiayaan Syariah dan Faktor-Faktor yang Memengaruhinya”, *Jurnal Economica* Volume Vii/Edisi 1/Mei.
- Ghozali, Imam., 2014, *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang).

Gusnawati, Reni., Utami, Hayu Yolanda., Sari, Mereta Kemala., 2014, “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Simpedes di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Unit Batang Kapas Cabang Painan”, *Journal Article Pendidikan Ekonomi*, STKIP PGRI Sumatera Barat.

Hartono, Jogiyanto., 2001, *Analisis dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi).

Herman, 2014, “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Pekanbaru”, *Laporan Akhir*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

<http://junaidichaniago.wordpress.com>

<https://m.detik.com/finance/moneter/d-3893353/kok-bisa-bunga-di-bank-syariah-lebih-tinggi-ini-penjelasan>

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/deposito/bsm-deposito>

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/giro/bsm-giro>

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-mudrabah>

<https://www.syariahmandiri.co.id/consumer-banking/tabungan/tabungan-wadiah>

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/profil-perusahaan>

<https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>

Hurriyati, Ratih., 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabetha).

Husaeni, Uus Ahmad., 2017, *The Influence Of Marketing Mix on Decisions To Be A Islamic Banking Customer in Cianjur Regency*, *Iqtishadia Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* Volume 10 No. 2.

- Imaniyati, Neni Sri., 2013, *Perbankan Syariah dalam Perspektif Hukum Ekonomi*, (Bandung: Mandar Maju).
- Kasmir, 2003, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada).
- Kasmir, 2005, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana).
- Kertajaya, Hermawan., Sula, M. Syakir., 2006, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan).
- Kotler, Amstrong, 2012, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga).
- Kotler, Philip., 1996, *Marketing Manajemen: Analisis, Planning, Implementasi dan Control*, Terj. Hendra Teguh. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, 2013, “Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Reasoned Action*”, *Jurnal Manajemen Pemasaran* Vol. 1 No. 1.
- Lupiyoadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Pratek*, (Jakarta: Salemba Empat).
- Muddin, 2018, “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung di BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Muhammad, 2002, *Manajemen Bank Syariah*, (Yogyakarta, UPP AMP YKPN).
- Nursalam, 2008, *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan Pedoman Skripsi, Tesis dan Instrumen Penelitian Keperawatan*, (Jakarta: Salemba Medika).
- Octaviani, Margaretha Chistina., 2016, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada PT. Bank Mandiri (Persero)

di Surabaya”, *Artikel Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*.

Oesman, Yevis Marty., 2010, *Sukses Mengelola Marketing Mix , CRM, Cutomer Value, dan Customer Dependency*, (Bandung: Alfabeta).

Putri, Weli Ofni., 2018, “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Produk Fulnadi Pada PT Asuransi Takaful Keluarga Lampung Tahun 2015-2017”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Rianto, M. Nur., 2012, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta).

Rivai., Dkk., 2017, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW*, (Jakarta: Bumi Aksara).

Riyadi, Slamet., 2006, *Banking Assets and Liability Management*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia).

Sari, Ockta Viana Prima., 2015, “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Mahasiswa UNMUL Untuk Menabung Produk Tabunganku di Bank Kaltim Kantor Kas UNMUL”, *E-Journal Ilmu Administrasi Bisnis* Volume 3 Nomor 2: 358-369 ISSN 2355-5408.

Sakti, Ali., 2013, “Pemetaan Kondisi dan Potensi BMT: Kemitraan Dalam Rangka Memperluas Pasar Dan Jangkauan Pelayanan Bank Syariah Kepada Usaha Mikro”, *Jurnal Al-Muzara'ah* Volume 1 Nomor 1.

Sekaran, Uma., 2011, *Metode Penelitian untuk Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat).

Sinungan, Muchdarsyah., 1987, *Kebijaksanaan Moneter Orde Baru*, (Jakarta: Bina Aksara).

Swasta, Bastion., 1990, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty).

- Syakir, Ahmad., 2015, *Perbankan Syariah*, (Medan: UIN-SU).
- Sugiyono, 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: CV. Alfa beta).
- Sujarweni, V. Wiratna., Endrayanto, Poly., 2014, *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press).
- Supomo, Bambang., Indriantoro, Nur., 2011, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE).
- Tiwow, Dewi Ayu Mayangsari., 2013, “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menabung Pada Bank Perkreditan Rakyat (Studi Kasus PT. BPR Dana Raya Manado, Sulawesi Utara)”, *Jurnal Mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian UNSRAT*.
- Tjiptono, Fandy., 2002, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi).
- Umam, Khaerul., 2013, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia).
- Umar, Husein., 2011, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada).
- Umar, Husein., 2013, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers).
- Wijaya, Evelyn., ariyanti, Puspa Marantika., 2018, “Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT. Bank Mayapada Internasional Tbk Cabang A.Yani Pekanbaru”, *Journal Of Economic, Business And Accounting (Costing)* Volume 1 Nomor 2: 283-296, Juni 2018.
- Yazid, 2003, *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, (Makassar: Adipura).

Yuanita, Olivia Firda., 2017, “Pengaruh Produk, Kualitas Jasa, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Penabung (Studi Pada BMT Mandiri Sejahtera Cabang Pasar Kranji, Lamngan, Jawa Timur)”, *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Yulianto, Ali Akbar., 2010, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, (Jakarta: Salemba Empat).

Yusanto, Muhammad Ismail., Widjajakusuma, Muhammad Karabet., 2002, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press).

