

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA
PERBANKAN SYARIAH
(Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari)**



Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Program Studi Perbankan Syariah

OLEH
APRILIA SANDI
NIM: 19050102119

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI**

2023



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jln. Sultan Qaimuddin No.17 Telp/Fax (0401) 3193710
 E-Mail: Febi_iaain@yahoo.co.id—website: <http://febi.iainkendari.ac.id>

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari)”** yang ditulis oleh saudari **Aprilia Sandi, NIM. 19050102119** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh pembimbing I dan Pembimbing II, untuk selanjutnya siap mengikuti seminar skripsi.

Mengetahui,

Kendari, 18 Maret 2023

Pembimbing I

Dr. Wahyuddin Maguni SE,M.Si
 NIP. 197009182000031001

*Revisi
 Skripsi
 19/3/2023
 h-*

Pembimbing II

Sumiyadi SE, ME
 NIP. 20160101031



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax (0401) 3193710/3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Pada PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari)**" yang ditulis oleh **APRILIA SANDI NIM. 19050102119** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Skripsi yang diselenggarakan pada hari **Selasa tanggal 28 Maret 2023** dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,	(.....)
Sekretaris	:	Sumiyadi SE, ME	(.....)
Anggota1	:	Kiki Novita Sari ME	(.....)
Anggota2	:	Dr. Husain Insawan M.Ag	(.....)



Visi Program Studi Perbankan Syariah (PBS) :

"Menjadi program studi unggul dalam pengembangan ilmu perbankan syariah yang transdisipliner"

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Pada Pt Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari)” di bawah bimbingan Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si dan Sumiyadi SE, ME telah diperoleh dan disajikan sesuai dengan peraturan akademik dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terdapat karya yang telah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi. Semua sumber rujukan yang digunakan dalam Skripsi ini telah disebutkan di dalam daftar pustaka. Dengan penuh kesadaran saya menyatakan bahwa Skripsi ini adalah benar hasil karya saya sendiri. Jika kemudian hari terbukti bahwa Skripsi ini adalah duplika, tipuan, plagiat, atau dibuatkan orang lain secara keseluruhan maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal karena hukum.

Kendari, 20 Maret 2023

Penulis Skripsi



Aprilia Sandi
NIM. 19050102119

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aprilia Sandi
NIM : 19050102119
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari **Hak Bebas Royalty Noneklusif (Non Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

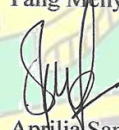
“Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah (Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalty Non eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatikan, 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 sebenar-benarnya.

Kendari, 20 Maret 2023

Yang Menyatakan



Aprilia Sandi
19050102119

KATA PENGANTAR

مبحر لمان محر لاله للام سب

دمحلا لله نيمنا عذابر قلاصلاو ملاسلاو فر شام اء عايينلا ن يلسر ملاو اله لى اءو ه باحصاو ن يعمجا

Ucapan syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang dengan limpahan serta hidayah-Nya telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesempatan untuk menyelesaikan Skripsi yang berjudul: ***“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Pada PT BankMuamalat Tbk Cabang Kendari)”***.

Penulis sangat berterima kasih kepada Ayahanda tercinta Saleh dan ibunda tersayang Hendrawati, yang telah melahirkan, mendidik dan mengasuh dengan penuh kasih sayang serta pengorbanannya baik moril dan materil dengan iringan do'anya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi S1 di kampus Tercinta Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

Penulis menyadari bahwa keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan, telah menjauhkan Skripsi ini dari kesempurnaan. Untuk itu sumbang saran serta kritik yang sifatnya konstruktif dari para pembaca senantiasa penulis harapkan. Penulis sangat mengharapkan dan menaruh hormat kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan Skripsi ini, maka dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Faizah Binti Awad, M.Pd, selaku Rektor IAIN Kendari, yang telah mencurahkan tenaga dan pikiran dalam menjalankan

amanahnya untuk membina Perguruan Tinggi Islam Negeri ini, Semoga Allah SWT Melipatgandakan pahalanya.

2. Dr. H. Rusdin Muhalling, M.El., Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan sarana dan fasilitas serta kebijakan dalam studi penyelesaian seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Nurjannah, S.Kom, M.Si., sebagai ketua program studi Perbankan Syariah.
4. Dr. Wahyudin Maguni, SE, M.Si dan Sumiyadi, M.E sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II, yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan Skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
5. Kepada Kiki Novita Sari, M.E selaku penguji pertama dan Kepada dan Dr, Husain Insawan, M. Ag selaku penguji Kedua.
6. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membimbing dan melayani penulis dalam setiap urusan dengan sangat baik.
7. Saudari saudariku Tersayang Ismayani, Heni Afrianti, Dan Sri Wahiyuni yang selalu membangkitkan jiwa semangat penulis untuk menyelesaikan studi.
8. Kepada Serda Elvrin Pramudia lamambo yang selalu menjadi motivasi dan semangat penuh penulis untuk segera menyelesaikan studi.
9. Seluruh kerabat saya Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2019,

Serta teman GENGs yaitu, Errawati, Nurul Izzah, Noni Desiprianti, Dea Tri Sundari, dan Intan Triarizki.

10. Sahabat-sahabatku mahasiswa IAIN Kendari yang tidak bisa disebut satu persatu telah banyak membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini.

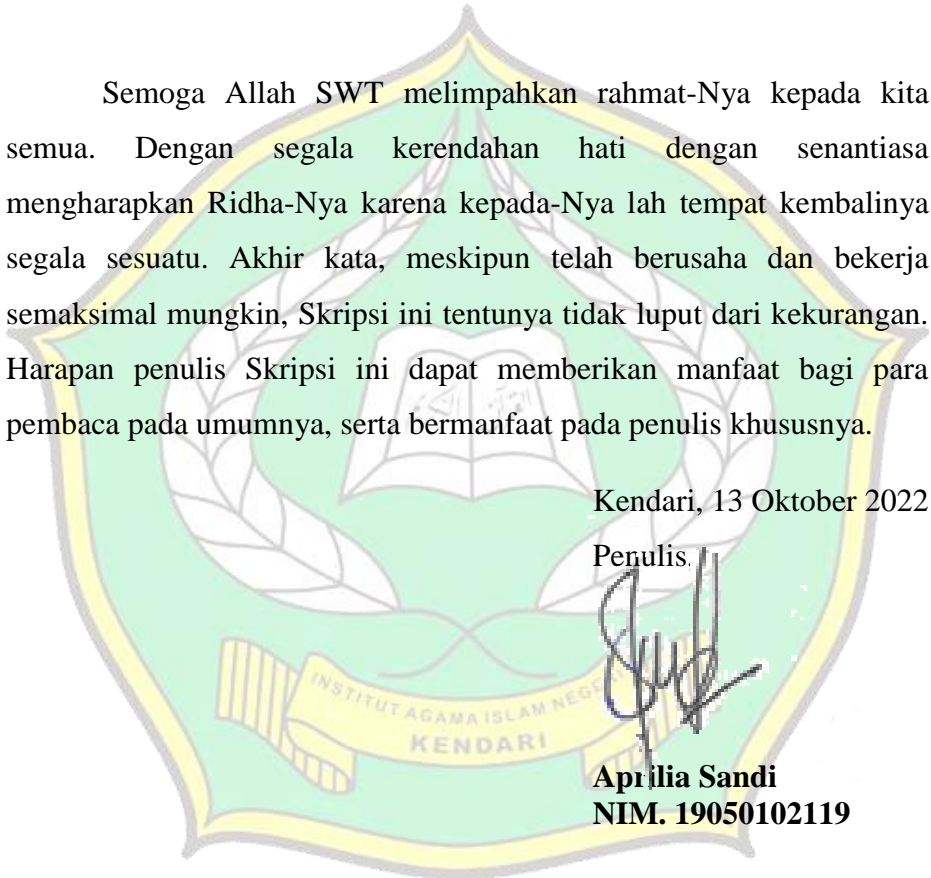
Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat-Nya kepada kita semua. Dengan segala kerendahan hati dengan senantiasa mengharapkan Ridha-Nya karena kepada-Nya lah tempat kembalinya segala sesuatu. Akhir kata, meskipun telah berusaha dan bekerja semaksimal mungkin, Skripsi ini tentunya tidak luput dari kekurangan. Harapan penulis Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca pada umumnya, serta bermanfaat pada penulis khususnya.

Kendari, 13 Oktober 2022

Penulis.



Aprilia Sandi
NIM. 19050102119



ABSTRAK

Aprilia Sandi, NIM. 19050102119 “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari”, Dibimbing Oleh (Dr. Wahyudin Maguni., SE, M. Si, Sebagai Pembimbing I dan Sumiyadi, S.E, M.E Sebagai Pembimbing II).

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam memberikan sumbangsi pembangunan perekonomian suatu negara. Pada saat ini setiap bank dituntut untuk dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam memberikan jasa keuangan kepada nasabah agar dapat mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Secara umum strategi pemasaran pemasaran dilakukan dengan menerapkan bauran pemasaran. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara angket dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Data dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda (uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi), uji F dan uji T dengan bantuan software SPSS 21. Dari hasil penelitian melalui uji F menunjukkan secara simultan variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari. Sementara Hasil Uji T menunjukkan bahwa variabel produk, promosi, orang dan proses masing-masing secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Sementara variabel harga, tempat, dan bukti fisik secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada PT Bank Muamalat Tbk Cabang Kendari.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Promosi, Orang, Proses, Keputusan Nasabah.

ABSTRACT

Aprilia Sandi, NIM. 19050102119 “*The Influence of Marketing Mix to Customers Decisions Using Islamic Banking Servicesat PT Bank Muamalat Tbk Kendari Branch*”, Guided By (Dr. Wahyudin Maguni., SE, M. Si, Guided I andSumiyadi, S.E, M.EGuided II).

The bank is a financial institution that plays an important role in contributing to the economic development of a country. At this time every bank is required to be able to design the right marketing strategy in providing financial services to customers in order to achieve the targets set by the company. In general, the marketing strategy is carried out by implementing a marketing mix. The aim of this study was to determine the effect of the marketing mix on customers' decisions to use Islamic banking services at PT Bank Muamalat Tbk Kendari Branch. The type of research used in this research is quantitative research. Data collection techniques by means of questionnaires and documentation. While the data analysis technique used is descriptive statistical analysis and inferential analysis. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple regression analysis (correlation coefficient test, coefficient of determination test), F test and T test with the help of SPSS 21 software. From the results of the research through the F test it shows that simultaneously the variables of product, price, place, promotion, people, physical evidence and process have a positive and significant effect on customer decisions in using Islamic banking services at PT Bank Muamalat Tbk Kendari Branch. While the results of the T test showed that the product, promotion, people and process variables each partially had a positive and significant effect. While the variables of price, place, and physical evidence partially have no effect and are not significant on customer decisions in using Islamic banking services at PT Bank Muamalat Tbk Kendari Branch.

Keyword: Marketing Mix, Product, Promotion, People, Process, Customer Dacisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR TRANSLITERASI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian.....	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Defenisi Operasional	15
1.7 Sistematika Pembahasan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian yang relevan	18
2.2 Teori Bauran Pemasaran	20
2.3 Teori Keputusan	42
2.4 Grand Theory	50
2.5 Kerangka Pikir.....	53
2.6 Hipotesis.....	55

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	56
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	57
3.3 Populasi dan Sampel	57
3.4 Variabel Penelitian	59
3.5 Desain Penelitian	60
3.6 Teknik Pengumpulan Data	61
3.7 Instrumen Penelitian.....	62
3.8 Teknik Analisis Data	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

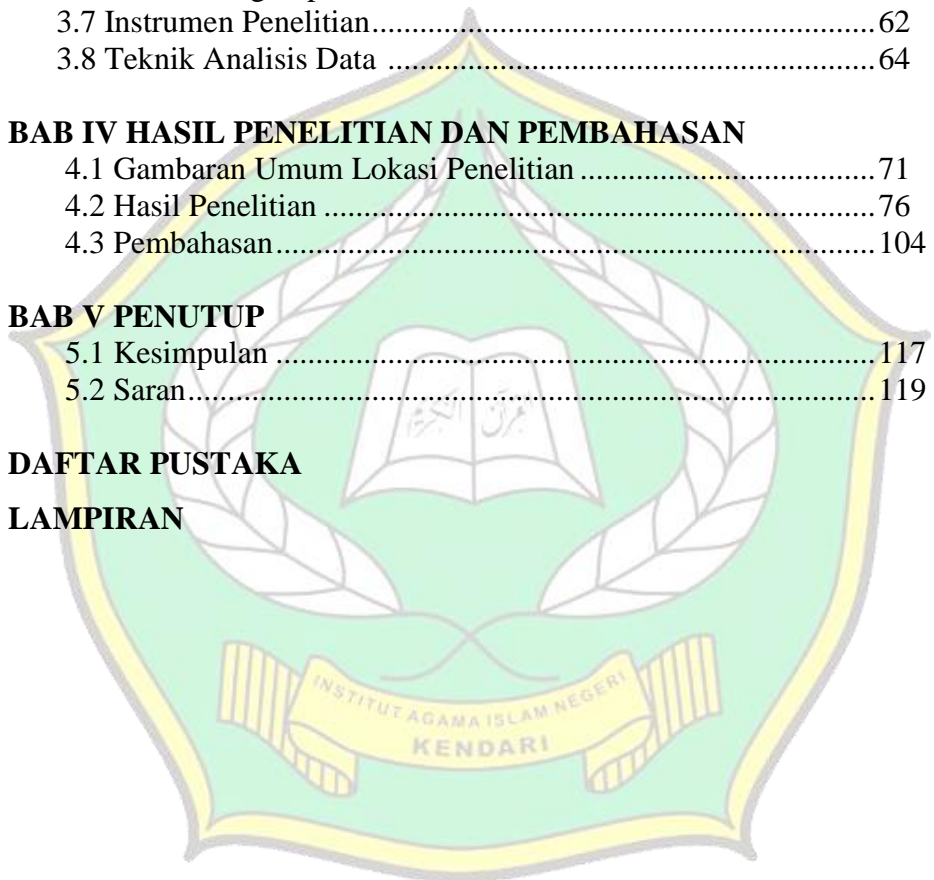
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	71
4.2 Hasil Penelitian	76
4.3 Pembahasan.....	104

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

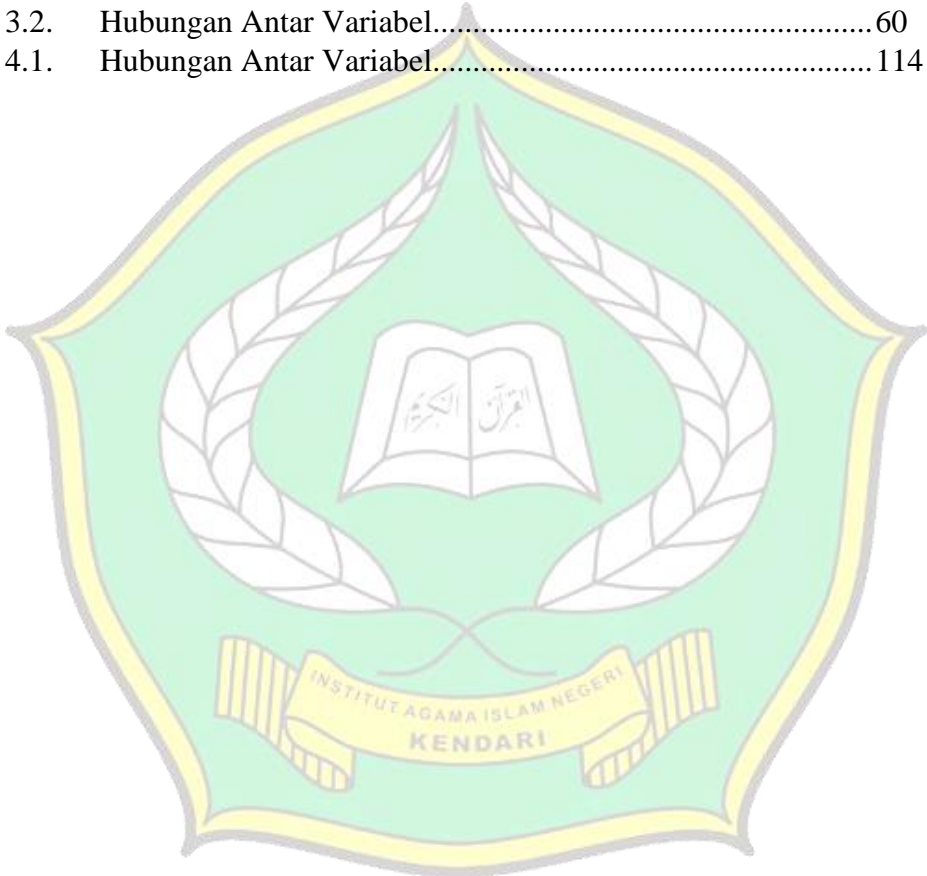
No.	Teks	Hal.
1.1.	Kelompok dan kantor bank	2
1.2.	Penghimpunan dana pihak ketiga.....	4
1.3.	Daftar nasabah bank Muamalat.....	9
2.1.	Penelitian yang relevan.....	18
3.1.	Kisi – kisi teori dan indikatornya	64
4.1.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	76
4.2.	Karakteristik responden berdasarkan usia	77
4.3.	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	78
4.4.	Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir	79
4.5.	Karakteristik responden berdasarkan lama waktu jadi nasabah	80
4.6.	Rekapitulasi hasil uji validitas dan reliabilitas variabel bauran pemasaran	82
4.7.	Rekapitulasi hasil uji validitas dan reliabilitas variabel keputusan nasabah	84
4.8.	Distribusi Jawaban Responden Tentang Bauran Pemasaran PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari	85
4.9.	Distribusi Jawaban Responden Tentang Bauran Pemasaran PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari	86
4.10.	Distribusi Jawaban Responden Tentang Bauran Pemasaran PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari	87

4.11. Distribusi Frekuensi Bauran PemasaranPT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari	88
4.12. Distribusi Jawaban Responden Tentang Keputusan Nasabah PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari.....	89
4.13. Distribusi Frekuensi keputusan Nasabah PT Bank Muamalat TBK Cabang Kendari.....	90
4.14. Hasil Uji Normalitas.....	91
4.15. Hasil Uji Linearitas.....	92
4.16. Hasil Uji Multikolinearitas	94
4.17. Hasil Uji Autokorelasi.....	95
4.18. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	96
4.19. Hasil Uji Koefisien Determinasi (uji R ²)	99
4.20. Hasil Uji F	101
4.21. Hasil Uji T.....	103



DAFTAR BAGAN

No.	Teks	Hal.
2.1.	Alur Penelitian.....	54
3.1.	Desain Penelitian.....	60
3.2.	Hubungan Antar Variabel.....	60
4.1.	Hubungan Antar Variabel.....	114



DAFTAR TRANSLITERASI

Arab	Latin	Arab	Latin
ا	Tidak dilambangkan	ط	t
ب	B	ظ	Z
ت	T	ع	‘
ث	S	غ	G
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ž	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	S	ي	Y
ض	D		