

ABSTRAK

Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Pembiayaan *Murābahah* (Studi Kasus BPRS Madinah Lamongan). Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengaruh strategi *marketing mix* syariah terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murābahah*. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh *marketing mix* terhadap keputusan nasabah dan variabel apakah yang sangat dominan dalam mempengaruhi nasabah.

Metodologi penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk pembiayaan *murābahah* yang berjumlah 481 nasabah. Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah diambil dari 20-25% dari jumlah populasinya, maka sampel yang diambil adalah sebanyak 110 nasabah. Untuk menjawab hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *product* (X_1), *price* (X_2), *place* (X_3) dan *promotion* (X_4) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murābahah*, nilai probabilitas $F_{hitung} (0,000) < level\ of\ significant (0,05)$. Sedangkan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan *murābahah* adalah variabel *price* dengan nilai sebesar 0,234.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Produk, Harga, Tempat, Promosi, Keputusan Nasabah

ABSTRACT

The influence of Marketing mix on customer decisions in consuming murabahah financing product (case study on BPRS madinah, Lamongan). The background of the study is the influence of syariah marketing mix strategy on customer decision in consuming murabahah financing product. The research problem are to determine the amount influence of marketing mix on customer decision and the dominant variable that influence the customer.

The research methodology is quantitative. Samples and population are the overall customers that consume murabahah financing product as many as 481 customers. Samples collecting technique applied is taken from 20-25% from the total population, then the samples used are only as many as 110 customers. Multiple linear regression is the instrument for answering the research hypothesis.

The results of the study show that product (X_1), price (X_2), place (X_3) and promotion (X_4) influence the customer decision on consuming the murabahah financing product, the probability value of $F_{count} (0,000) < \text{Level of significant} (0,05)$. In the other side, the dominant variable that influences costumer in consuming murabahah financing product is price within the value is 0,234.

Keywords: *Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion, Customer Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN I	iii
HALAMAN PENGESAHAN II.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	vi
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
MOTTO	xvi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xvii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xi
HALAMAN ABSTRAK	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxiii
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	6
D. Sistematika Pembahasan	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	9
B. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	10
1. <i>Product</i>	11
2. <i>Price</i>	12
3. <i>Place</i>	13
4. <i>Promotion</i>	15
a. <i>Advesiting</i> (Periklanan).....	16
b. <i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan)	17
c. <i>Publicity</i> (Publitas)	17
d. <i>Personal Sales</i> (Penjualan Pribadi)	18
C. Konsep Pemasaran Syariah	19
D. Pemasaran Dalam Perspektif Syariah	22
E. Keputusan Pembelian.....	24
F. Pengertian <i>Murābahah</i>	28
G. Hubungan <i>Marketing Mix</i> Dengan Keputusan Pembelian.....	31
H. Penelitian Terdahulu	32
I. Kerangka Teoritik	34

J. Hipotesis.....	35
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	37
B. Jenis dan Sumber Data	37
C. Populasi dan Sampel	38
D. Identifikasi Variabel.....	39
E. Definisi Operasional Variabel.....	40
F. Metode Pengumpulan Data	42
G. Teknik Analisis Data.....	44
1. Uji Kualitas Data	44
a. Uji Validitas.....	44
b. Uji Reliabilitas	45
2. Analisis Regresi Linier Berganda	46
3. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Multikolinearitas.....	49
c. Uji Heteroskedastisitas	49
4. Uji Hipotesis.....	50
a. Uji Statistik t	50
b. Uji Statistik F	52
BAB IV : PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	54
1. Sejarah Singkat Perusahaan	54
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	56
3. Macam Produk dan Layanan BPRS Madinah.....	57
4. Lokasi Perusahaan.....	60
5. Aplikasi <i>Marketing Mix</i> di BPRS Lamongan	60
6. Struktur Organisasi.....	64
B. Karakteristik Responden	65
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	68
D. Analisis Data	74
1. Uji validitas	74
2. Uji Reliabilitas.....	78
E. Uji Asumsi Klasik.....	79
1. Uji Normalitas	79
2. Uji Heteroskedastisitas	80
3. Uji Multikolinearitas	82
F. Analisis Regresi Linier Berganda	83
G. Uji Hipotesis	85
1. Uji F (Simultan)	85

2. Uji t (Parsial)	86
H. Pengujian Hipotesis Penentuan Variabel yang Berpengaruh Dominan..	88
I. Pembahasan.....	88
1. Pengaruh <i>Product</i> terhadap keputusan nasabah	90
2. Pengaruh <i>price</i> terhadap keputusan nasabah.....	92
3. Pengaruh <i>place</i> terhadap keputusan nasabah	94
4. Pengaruh <i>promotion</i> terhadap keputusan nasabah	96
5. Pengaruh <i>marketing mix</i> syariah terhadap keputusan nasabah	99
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	27
Gambar 2.2	35
Gambar 4.1	80
Gambar 4.2	81
Gambar 4.3	90
Gambar 4.4	92
Gambar 4.5	95
Gambar 4.6	97

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.....	65
Tabel 4.2.....	66
Tabel 4.3.....	66
Tabel 4.4.....	67
Tabel 4.5.....	68
Tabel 4.6.....	69
Tabel 4.7.....	70
Tabel 4.8.....	72
Tabel 4.9.....	73
Tabel 4.10.....	75
Tabel 4.11.....	76
Tabel 4.12.....	76
Tabel 4.13.....	77
Tabel 4.14.....	77
Tabel 4.15.....	78
Tabel 4.16.....	82
Tabel 4.17.....	83
Tabel 4.18.....	85
Tabel 4.19.....	86
Tabel 4.20.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabulasi Data
- Lampiran 2 : Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 3 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 4 : Uji Hipotesisi Dan Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 5 : Kuesioner
- Lampiran 6 : Formulir permohonan pembiayaan
- Lampiran 7 : Schedule Angsuran Pembiayaan Karyawan
- Lampiran 8 : Schedule angsuran pembiayaan umum
- Lampiran 9 : Brosur
- Lampiran 10 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 11 : T-tabel
- Lampiran 12 : F-tabel
- Lampiran 13 : Dokumen Pelaksanaan *Marketing Mix* BPRS Madinah Lamongan