

ABSTRAK

Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah untuk Menabung di BMT (Penelitian pada BMT Mitra Khazanah Palembang)

Oleh: Dwi oktaria

2015.01.013

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap minat nasabah untuk menabung, pengaruh komunikasi terhadap minat nasabah untuk menabung, dan pengaruh strategi pemasaran dan komunikasi terhadap minat nasabah untuk menabung di BMT Mitra Khazanah Palembang.

Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner kepada nasabah BMT Mitra Khazanah Palembang. Adapun uji analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji regresi berganda, uji determinasi R^2 , uji t, dan uji F, yang dihitung dengan metode SPSS.

Hasil penelitian adalah bahwa strategi pemasan dan komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah. Di lihat dari uji t Variabel pemasaran memiliki nilai thitung (9,636) > ttabel (1,660) maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel pemasaran berpengaruh signifikan terhadap variabel nasabah. Uji F strategi pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap dependen yaitu nasabah (Y). Hal ini didapatkan berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $92,682 > 3,94$. Sedangkan pengaruh Koefisien determinasi R^2 sebesar 0,487 yang berarti bahwa variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada di BMT Mitra Khazanah adalah 48 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, dan Nasabah

ABSTRACT

The Influence of Marketing Strategies on Customers Interest to Save at BMT (Research on BMT Mitra Khazanah Palembang)

By: Dwi Oktaria

2015.01.013

The purpose of this study is to determine the effect of marketing strategies on customers' interest to save, the influence of communication on customers' interest to save, and the influence of marketing and communication strategies on customers' interest to save in BMT Mitra Khazanah Palembang.

This research uses a quantitative approach method in research this. The data collection technique in this study was by distributing questionnaires to Palembang Khazanah Mitra BMT customers. The data analysis test used is the validity test, reliability test, normality test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, multiple regression test, R 'determination test, t test, and F test, which is calculated by the SPSS method.

communication significantly influence the customer. Seen from the t test Marketing variables have a $t_{count} (9,636) > t_{table} (1,660)$ then H_0 is rejected and H_a is accepted variables have a significant effect on the variables the customer. F test marketing strategies simultaneously affect the dependent customer (Y). This was obtained based on a comparison test of $F_{count} > F_{table}$ of $92,682 > 3,94$. While the influence of the coefficient of determination R of 0.487 which means that the independent variable on the dependent variable in the BMT Mitra Khazanah is 48% while the rest is influenced by other variables.

Keywords: Marketing Strategy and Customer