

## ABSTRAK

Nama: **Nidaul Fadhillah**, Nim: 141500106, Judul: *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Gadai Emas Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang*.

Kondisi bisnis semua sektor industri kini semakin kompetitif pada sektor perbankan dengan banyak bermunculan bank-bank baru membuat setiap perbankan harus memiliki strategi yang tepat untuk bersaing antar bank dan lembaga keuangan lainnya, strategi pemasaran dimaknai sebagai serangkaian upaya yang ditempuh dalam rangka mencapai tujuan tertentu, oleh karena itu Bank Syariah Mandiri sebagai salah satu lembaga keuangan harus memiliki strategi pemasaran untuk dapat menarik para calon nasabah. Hal yang mempengaruhi keputusan nasabah yakni perilaku konsumen, perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan, dan menghabiskan produk. Dengan demikian Bank Syariah Mandiri perlu memahami perilaku konsumen apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan nasabah atau calon nasabah melalui perencanaan strategi pemasaran mulai dari produk, harga, promosi, dan lokasi.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang, 2) Bagaimana pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang, 3) Berapa besar pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang, Penelitian ini bertujuan 1) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang, 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang, 3) Untuk mengetahui Berapa besar pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa gadai emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Serang,

Data yang digunakan adalah data primer yaitu hasil dari kuesioner. penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dengan bantuan program SPSS versi 24.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa strategi pemasaran pada variabel produk ( $X_1$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1.064 < 1.97769$ ), variabel harga ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1.422 < -1.97769$ ), variabel promosi ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.803 > 1.97769$ ), variabel lokasi ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.453 > 1.97769$ ). Dan secara simultan strategi pemasaran pada variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), dan lokasi ( $X_4$ ) berpengaruh terhadap keputusan ( $Y$ ). Hal ini dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $26.084 > 2.44$ ). Adapun hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah sebesar 0.434. Maka variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi ( $X_3$ ), dan lokasi ( $X_4$ ) dapat menjelaskan pengaruh keputusan nasabah ( $Y$ ) sebesar 43.4% sedangkan sisanya 33.4 % dijelaskan variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Keputusan Nasabah*