

## ABSTRAK

**Nurma Diana. 2021.** Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari' ah Pintu Batu Bengkulu

**Pembimbing : Yulius Wahyu Setiadi, SE.,M.M**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap loyalitas nasabah studi pada BNI Syari' ah dan untuk mengetahui pengaruh 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, dan process*) terhadap loyalitas nasabah BNI Syari' ah. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BNI Syari' ah dan pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu acidental sampling, teknik analisis data adalah regresi linear berganda.

Produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari' ah (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.159 > 1.98137$ ) dan ( $sig < = 0,043 < 0,050$ ). Harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari' ah (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.526 > 1.98137$ ) dan ( $sig < = 0,013 < 0,050$ ). Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari' ah (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.548 > 1.98137$ ) dan ( $sig < = 0,012 < 0,050$ ). Promosi ( $X_4$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari' ah (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $14.689 > 1.98137$ ) dan ( $sig < = 0,000 < 0,050$ ). Karyawan ( $X_5$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari' ah (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjuk  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.634 > 1.98137$ ) dan ( $sig < = 0,027 < 0,050$ ).

**Kata Kunci :** *Produk, Tempat, Harga, Promosi, Orang, Bukti Fisik, Proses dan Loyalitas.*

## ABSTRACT

**Norma Diana.** 2021. Effect of *Marketing mix* on BNI Syari'ah Bengkulu Customer Loyalty

**Supervisor : Yulius Wahyu Setiadi, SE,.M.M**

This study aims to determine the effect of the service *marketing mix* on customer loyalty studies at BNI Syari'ah and to determine the effect of 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process*) on customer loyalty BNI Syari'ah. This type of research uses a quantitative approach. The population used in this study were all customers of BNI Syariah Bank and the sampling in this study was accidental sampling, the data analysis technique was multiple linear regression.

*Product* (X1) has a positive and significant effect on BNI Syari'ah Customer Loyalty (Y). This is evidenced by the results of the t test which shows  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.159 > 1.98137$ ) and ( $sig < = 0.043 < 0.050$ ). *Price* (X2) has a positive and significant effect on BNI Syari'ah Customer Loyalty (Y). This is evidenced by the results of the t test which shows  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.526 > 1.98137$ ) and ( $sig < = 0.013 < 0.050$ ). *Location* (X3) has a positive and significant effect on BNI Syari'ah Customer Loyalty (Y). This is evidenced by the results of the t test which shows  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.548 > 1.98137$ ) and ( $sig < = 0.012 < 0.050$ ). *Promotion* (X4) has a positive and significant effect on BNI Syari'ah Customer Loyalty (Y). This is evidenced by the results of the t test which shows  $t_{count} > t_{table}$  ( $14.689 > 1.98137$ ) and ( $sig < = 0.000 < 0.050$ ). *Employees* (X5) have a positive and significant effect on BNI Syari'ah Customer Loyalty (Y). This is evidenced by the results of the t test which shows  $t_{count} > t_{table}$  ( $2.634 > 1.98137$ ) and ( $sig < = 0.027 < 0.050$ ).

**Keywords:** *Product, Place, Price, Promotion, People, Physical Evidence, Process and Loyalty.*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BNI Syari'ah Pintu Batu, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.159 > 1.98137$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,043 < 0,050$ ).
2. Variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.526 > 1.98137$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,013 < 0,050$ ).
3. Variabel Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.548 > 1.98137$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,012 < 0,050$ ).
4. Variabel Promosi ( $X_4$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $14.689 > 1.98137$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,000 < 0,050$ ).
5. Variabel Karyawan ( $X_5$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.634 > 1.98137$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,027 < 0,050$ ).
6. Variabel Bukti Fisik ( $X_6$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5.440 > 1.98137$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,000 < 0,050$ ).
7. Variabel Proses ( $X_7$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.674 > 1.98137$ ) dan ( $sig < \alpha = 0,002 < 0,050$ ).

8. Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Karyawan, Bukti Fisik dan Proses) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syari'ah Pintu Batu (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $(133.2.099 > 3.077)$  dan  $(sig \alpha = 0.000 < 0,050)$ .

## 5.2 Saran

Dari hasil pengolahan data di atas tentang Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BNI Syari'ah Pintu Batu, ada beberapa hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan serta saran bagi seluruh pihak, yaitu sebagai berikut :

1. Pada Variabel Produk ( $X_1$ ) Disarankan pada pihak Bank BNI Syari'ah Pintu Batu untuk memberikan penawaran-penawaran yang menarik seperti dorprize bagi para nasabah setianya, agar loyalitas mereka bisa meningkat lagi.
2. Pada Variabel Harga ( $X_2$ ) Disarankan pada pihak Bank BNI Syari'ah Pintu Batu untuk menetapkan harga yang tetap, dan tidak berubah-ubah, sehingga para nasabah bisa mudah mengenali produk yang ditawarkan.
3. Pada Variabel Lokasi ( $X_3$ ) Disarankan pada pihak Bank BNI Syari'ah Pintu Batu, apabila nanti ingin membuka cabang baru hal semacam ini bisa lebih diperhatikan lagi.
4. Pada Variabel Promosi ( $X_4$ ) Disarankan bagi pihak Bank BNI Syari'ah Pintu Batu untuk lebih aktif lagi melakukan promosi melalui media.
5. Pada Variabel Karyawan ( $X_5$ ) Disarankan pada pihak Bank BNI Syari'ah Pintu Batu untuk memberikan pelayanan yang lebih ramah lagi bagi para nasabahnya, sehingga mereka bisa lebih nyaman lagi kedepannya.
6. Pada Variabel Bukti Fisik ( $X_6$ ) Disarankan pada pihak Bank BNI Syari'ah Pintu Batu untuk terus memberikan fasilitas dan peralatan kantor yang terbaik bagi para nasabahnya, sehingga para nasabah merasa bahwa perusahaan benar-benar serius dalam memberikan pelayanan.

7. Pada Variabel Proses ( $X_7$ ) Disarankan bagi para karyawan Bank BNI Syari'ah Pintu Batu yang memberikan pelayanan langsung terhadap para nasabah agar bisa lebih ramah lagi dalam melayani.
8. Pada Variabel Loyalitas (Y) Disarankan pada Bank BNI Syari'ah Pintu Batu untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik bagi para nasabahnya agar loyalitas pada BNI Syari'ah Pintu Batu lebih baik lagi.
9. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan faktor-faktor lain jika ingin meneliti tentang Loyalitas Nasabah, agar dapat menambah wawasan bagi banyak pihak.