

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang)**



SKRIPSI

**Nama : Egy Alfa Reza
NIM : 212018008**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang)**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**Nama : Egy Alfa Reza
NIM : 212018008**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Egy Alfa Reza
NIM : 212018008
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang)

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Maret 2023
Yang Menyatakan,



Egy Alfa Reza
NIM: 212018008

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Seberang Ulu I Kota Palembang)
Nama : Egy Alfa Reza
NIM : 212018008
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal: -

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M.
NIDN: 0207046301



Mister Candra, S.Pd., M.Si.
NIDN: 1005068902

Mengetahui,
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si.
NIDN: 0229057501

HALAMAN *MOTTO* DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyeru (berbuat) yang makruf, dan mencegah yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”

(QS. Al-Imran:104)

“*Finish what you started* dan bersainglah dengan sendiri menjadi versi terbaik dalam diri”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

- ❖ *Ayah Ku Tercinta Aljazuli, S.ag (Alm) dan Ibu Ku Tercinta Syarifah*
- ❖ *Adik ku yang saya sayangi Rahmah Humairoh*
- ❖ *Keluarga Besarku H. Anwar Sulton dan Hj. Zuroliyah*
- ❖ *Pembimbing Skripsi Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E.,M.M dan Bapak Mister Candra, S.pd, M.Si*
- ❖ *Sahabat-sahabat dan teman-temanku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.*
- ❖ *Serta rekan-rekan RSM Team dan Anggota Congkok Caul yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.*

PRAKATA



Alhamdulillah rabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini hingga tuntas dengan judul **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Pebankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang)** Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Bapak Aljazuli, S.ag (Alm) dan Ibu Syarifah yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi serta memberikan dukungan berupa finansial sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini. Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candera, S.Pd. M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Arniza Nilawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr.Diah Isnaini Asiati,S.E, MM dan Bapak Mister Candera, S.pd, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Kholilah, S.E, M.Si dan Ibu Fitantina, S.E, M.Si selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal.
7. Seluruh responden yang berada di kota Palembang yang telah membantu mengisi kuisisioner guna penyelesaian skripsi.
8. Teruntuk Seluruh keluarga besarku terkhusus ayah dan ibuku tercinta terimakasih atas perjuangan kalian,suport serta materinya selama ini sehingga aku dapat duduk dibangku kuliah ini.
9. Sahaba-sahabat seperjuangan terbaikkku angkatan 2018 (Gunawan Syaputra dan Pupi Paramita Ardaci) dan yang lainnya.
10. Akhir kata penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini.Semoga skripsi bermanfaatAamiin ya abbal 'alamin.

Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

Palembang, Maret 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN <i>MOTTO</i> DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN	
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Sebelumnya	19
C. Kerangka Pemikiran	24
D. Hipotesis	28

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	30
B. Lokasi Penelitian	31
C. Operasionalisasi Variabel	31
D. Populasi dan Sampel Penelitian	32
E. Data yang Diperlukan	34
F. Metode Pengumpulan Data	34
G. Teknik Analisis	35

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan	65

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	76
B. Saran	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIODATA PENULIS

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Nasabah Memilih Perbankan Syariah	3
Tabel I.2 Penilaian Masyarakat Terhadap Bank Syari'ah	4
Tabel III.1 Variabel, Definisi, Indikator, dan Skala	31
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	46
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	49
Tabel IV.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Nasabah	49
Tabel IV.7 Variabel Keputusan Nasabah	50
Tabel IV.8 Variabel Produk	51
Tabel IV.9 Variabel Harga	53
Tabel IV.10 Variabel Tempat	54
Tabel IV.11 Variabel Promosi	55
Tabel IV.12 Variabel Tampilan Fisik	57
Tabel IV.13 Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel IV.14 Hasil Uji F (Simultan)	62
Tabel IV.15 Uji t (Parsial)	63
Tabel IV.16 Hasil Koefisien Determinasi	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar II.2 Kerangka Pemikiran	28

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Jadwal Penelitian
- Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel
- Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6. Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 7. Tabel Distribusi F
- Lampiran 8. Tabel Distribusi t
- Lampiran 9. Tabel Distribusi r

ABSTRAK

Egy Alfa Reza/21201808/Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang) /Manajemen Pemasaran.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang), 2) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 3) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 4) Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 5) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 6) Untuk mengetahui pengaruh tampilan fisik terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang. Penelitian ini dilakukan di Kota Palembang, Sumatera Selatan 30116. Variabel dalam penelitian ini Keputusan nasabah (Y) Produk (X1, Harga X2, Tempat X3, Promosi X4, Tampilan Fisik X5). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 120 responden yang diambil menggunakan teknik *Purposive Sampling*, data yang digunakan data primer, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan 1) Terdapat pengaruh produk, harga, tempat, promosi, tampilan fisik terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 2) Tidak ada pengaruh signifikan produk terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 3) Terdapat pengaruh signifikan harga terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 4) Terdapat pengaruh signifikan tempat terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang, 5) Terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang dan 6) Terdapat ada pengaruh signifikan tampilan fisik terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

Kata Kunci: produk, harga tempat, promosi, tampilan fisik

ABSTRACT

Egy Alfa Reza/212018008/The Effect of Service Marketing Mix on Syari'ah Banking Customer Decisions (Case Study in Seberang Ulu District 1 Palembang City)/Marketing Management.

The purposes of this study are 1) To determine the influence of the service marketing mix on the decisions of Islamic banking customers (Case Study in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City), 2) To determine the effect of the product on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City, 3) To determine the effect of price on the decisions of Sharia Banking customers in the Seberang Ulu 1 sub-district of Palembang City, 4) To determine the influence of place on the decisions of Sharia Banking customers in the Seberang Ulu 1 sub-district, Palembang City, 5) To determine the effect of promotion on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang sub-district. Ulu 1 Palembang City, 6) To determine the effect of physical appearance on the decisions of Sharia Banking customers in the Seberang Ulu 1 sub-district of Palembang City. This research was conducted in the city of Palembang, South Sumatra 30116. The variables in this study were customer decisions (Y) Product (X1, Price X2, Place X3, Promotion X4, Physical Appearance X5). The number of samples in this study were 120 respondents who were taken using the Purposive Sampling technique, the data used are primary data, the data collection method used a questionnaire, the analysis technique used was multiple linear regression. The results showed 1) There was an effect of product, price, place, promotion, physical appearance on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City, 2) There was no significant effect of the product on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City, 3) There is a significant influence of price on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City, 4) There is a significant influence of place on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City, 5) There is a significant influence of promotion on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City and 6) There is a significant effect of physical appearance on the decisions of Sharia Banking customers in Seberang Ulu 1 Subdistrict, Palembang City.

Keywords: *product, place price, promotion, physical appearance*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan bagian dari manajemen perusahaan dan juga salah satu faktor yang sangat penting, karena pemasaran akan mempengaruhi secara langsung terhadap kelanvaran maupun keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya. Menurut Donni (2017:2) Pemasaran merupakan salah satu fungsi strategis dalam perusahaan menjalankan aktivitas bisnisnya, terutama saat persaingan dalam industry menunjukkan intensitas yang semakin tinggi.

Bagi para konsumen, apa yang mereka inginkan tentunya selalu ingin dipuaskan terhadap suatu produk atau jasa yang mereka beli dan mereka gunakan. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada sasaranannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya.

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditampilkan oleh konsumen saat mereka mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dalam rangkah memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku tersebut dapat ditampilkan oleh konsumen akhir. Salah satu perilaku konsumen yang sangat berpengaruh dalam kegiatan ekonomi adalah keputusan pembelian, karena tujuan dari sebuah kegiatan ekonomi mulai dari

produksi hingga pemasaran bertujuan agar konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut.

Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, setiap pemasar harus memperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut dapat mempengaruhi pembelian konsumen (Kotler, 2011:144).

Menurut kotler dalam Meithania Indasari (2019 : 76) menyatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi faktor-faktor seperti produk, harga, tempat, promosi dan tampilan fisik.

Industri perbankan juga selalu mencermati perilaku konsumennya. Bank merupakan lembaga *intermediasi* yang menerima simpanan dari nasabah kelebihan dana dan menyalurkan kepada nasabah yang kekurangan dana. Pada perbankan kepuasan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana hal tersebut merupakan aspek strategis memenangkan persaingan dalam mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas. Bank merupakan lembaga yang menghubungkan antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana, dan memperlancar arus pembayaran, serta mencari keuntungan dari usaha yang dijalankannya. Sesuai dengan pengertian bank yaitu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Peneliti mencoba melakukan pra riset untuk mengetahui minat masyarakat bertransaksi dengan Bank Syari'ah, berikut ditampilkan jawabannya dari beberapa responden:

Tabel I.1
Nasabah Memilih Perbankan Syariah

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya memilih Perbankan syariah karena tertarik dengan informasi yang ada di media massa	24	6
2	Saya memilih Perbankan syariah karena merasa puas dan percaya dengan apa yang di tawarkannya kepada nasabah sesuai dengan kebutuhan nasabah	21	9

Sumber: Hasil Pra Riset 2022

Berdasarkan data pra-riset pada tabel 1.1 di atas diperoleh data bahwa 19,4% nasabah menyatakan bahwa alasan mereka tidak memilih Perbankan syariah karena kurang tertarik dengan informasi yang ada di media massa, selain itu terdapat 22,6% nasabah tidak memilih perbankan syariah Karena apa yang ditawarkannya kepada nasabah kurang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat berinvestasi masih belum sepenuhnya baik.

Selanjutnya peneliti mencari informasi lebih lanjut tentang penilaian masyarakat terhadap Bank Syari'ah dengan hasil sebagai berikut:

Tabel I.2
Penilaian Masyarakat Terhadap Bank Syariah

No.	Pernyataan	Ya	Tidak
Produk			
1	Saya memilih Perbankan syariah karena tertarik atas produk dengan promosi melalui pemebrian cendera mata kepada nasabah	74,2%	25,8%
2	Produk tabungan perbankan syariah menampilkan keunggulan yang berbeda dari yang di tampilkan dalam iklan produk pesaing	74,2%	25,8%
3	Produk tabungan perbankan syariah langsung memotong biaya administrasi dari saldo tabungan sebesar Rp.10.000/ perbulan	80%	20%
Tempat			
4	Saya memilih Perbankan syariah karena akses jalan menuju bank tidak terlalu jauh	71%	29%
5	Lokasi perbankan syariah strategis dekat dengan sarana umum	74,2%	25,8%
6	Saya memilih perbankan syariah karena merasa tempat parkir cukup luas	61,3%	38,7%
7	ATM bank syariah sudah lumayan banyak dan membuat nasabah tidak kesulitan dalam bertransaksi	80%	20%
8	Dilokasi perbankan syariah itu hanya terdapat bank itu saja tidak terdapat bank-bank lain	64,5%	35,5%
Promosi			
9	Saya memilih perbankan syariah karena iklan yang ditampilkan perbankan syariah menarik dan pesan yang disampaikan mudah di pahami membuat nasabah mempunyai harapan/impian atas produk diiklankan	73,3%	26,7%
10	Saya pernah melihat iklan mengenai perbankan syariah di televisi dari spanduk, reklame dan iklan cetak seperti brosur dan majalah	77,4%	22,6%
Harga			
11	Adanya potongan harga dalam produk tabungan perbankan syariah dibandingkan dengan bank konvensional	74,2%	25,8%
Tampilan Fisik			
12	Perbankan syariah memiliki penerangan dengan pencahayaan yang merata baik di dalam gedung maupun diluar gedung	80,6%	19,4%
13	Perbankan syariah memiliki hiasan dinding yang unik dan membuat jadi lebih aesthetic	77,4%	22,6%

Sumber: Hasil Pra Riset 2022

Berdasarkan data prariset menunjukkan bahwa secara umum produk yang di tawarkan oleh perbankan syariah belum sepenuhnya menjadi pertimbangan nasabah untuk memilih perbankan syariah . Hal ini terbukti dari, 25,8% nasabah menyatakan bahwa alasan mereka tidak memilih Perbankan syariah karena kurang tertarik dengan tampilan produk dengan promosi

melalui pemberian cendera mata kepada nasabah, 26,7% nasabah tidak memilih perbankan syariah karena iklan yang di tampilkan perbankan syariah kurang menarik atas produk yang di iklankan, dan 25,8% nasabah tidak memilih perbankan syariah karena menampilkan keunggulan yang berbeda dari yang di tampilkan dalam iklan produk pesaing. Dari hasil tersebut maka dapat dikatan bahwa keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat berinvestasi masih belum sepenuhnya baik.

Berdasarkan data prariset menunjukkan bahwa secara umum harga yang di tawarkan oleh perbankan syariah belum sepenuhnya menjadi pertimbangan nasabah untuk memilih perbankan syariah. Hal ini terbukti dari, 20% alasan mereka tidak memilih Perbankan syariah karena langsung memotong biaya administrasi dari saldo tabungan sebesar Rp.10.000/perbulan. Dari hasil tersebut maka dapat dikatan bahwa keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat berinvestasi masih belum sepenuhnya baik.

Berdasarkan data pra riset menunjukkan bahwa secara umum tempat yang di tawarkan oleh perbankan syariah belum sepenuhnya menjadi pertimbangan nasabah untuk memilih perbankan syariah . Hal ini terbukti dari, 29% alasan nasabah tidak memilih Perbankan syariah karena akses jalan menuju bank, 25,8% nasabah tidak memilih perbankan syariah karena dekat dengan sarana umum, 38,7% nasabah tidak memilih perbankan syariah karena merasa tempat parkir cukup luas, serta 20% nasabah tidak memilih perbankan syariah karena bank syariah sudah lumayan banyak dan membuat nasabah tidak kesulitan dalam bertransaksi, dan 35,5% nasabah tidak memilih

perbankan syariah karena perbankan syariah itu hanya terdapat bank itu saja tidak terdapat bank-bank lain. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat berinvestasi masih belum sepenuhnya baik.

Berdasarkan data pra riset menunjukkan bahwa secara umum promosi yang di tawarkan oleh perbankan syariah belum sepenuhnya menjadi pertimbangan nasabah untuk memilih perbankan syariah . Hal ini terbukti dari, 22,6% alasan nasabah tidak memilih Perbankan syariah karena tidak pernah melihat iklan mengenai perbankan syariah di televisi dari spanduk, reklame dan iklan cetak seperti brosur dan majalah, serta 25,8% nasabah tidak memilih perbankan syariah karena tidak adanya potongan harga dalam produk tabungan perbankan syariah dibanding dengan bank konvensional. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat berinvestasi masih belum sepenuhnya baik.

Berdasarkan data pra riset menunjukkan bahwa secara umum tampilan fisik yang di tawarkan oleh perbankan syariah belum sepenuhnya menjadi pertimbangan nasabah untuk memilih perbankan syariah. Hal ini terbukti dari, 19,4% alasan nasabah tidak memilih Perbankan syariah karena tidak memiliki penerangan dengan pencahayaan yang merata baik di dalam gedung maupun di luar gedung, dan 22,6% nasabah tidak memilih perbankan syariah karena perbankan syariah tidak memiliki hiasan dinding yang unik dan membuat jadi lebih aesthetic. Dari hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sebagai tempat berinvestasi masih belum sepenuhnya baik.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh produk, harga, tempat, promosi, dan tampilan fisik secara bersama terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
4. Adakah pengaruh tempat terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
5. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?
6. Adakah pengaruh tampilan fisik terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, tempat, promosi, dan tampilan fisik berpengaruh secara bersama terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tempat terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tampilan fisik terhadap keputusan nasabah Perbankan Syariah di Kecamatan Seberang Ulu 1 Kota Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Bagi Penulis

Peneliti dapat memberikan gambaran praktek dan teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi manajemen pemasaran.

2. Manfaat Bagi Almamater

Sebagai bahan masukan bagi perguruan tinggi untuk memperbaiki praktik-praktik pembelajaran agar dosen menjadil ebih kreatif, efektif dan efesiensi. Sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar siswa dapat meningkat, serta peneliti dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Sinaga, Asmawarna, Anjur Perkasa Alam, and Muhammad Arfan Harahap. 2020. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat." 3(2): 210–32.
- AR Khairina (2016). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Hotel Harun Square Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis* Volume 5, Nomor 2.
- Hanik Siti Umi, Handayani Jati (2014). Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri). *Jurnal Politeknik Negeri Semarang* Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang Semarang. Jabpi Vol. 22, No 2.
- Sinaga, Asmawarna, Anjur Perkasa Alam, and Muhammad Arfan Harahap. 2020. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat." 3(2): 210–32.
- Baskoro Aji, dkk (2021). Pengaruh Implementasi Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Tabungan Bank Danamon (Studi Kasus pada Nasabah Bank Danamon Citraland Semarang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Manajemen, FE, Universitas Pandanaran Semarang Dosen FE, Universitas Pandanaran Semarang*.
- Tyas Rizqa Ramadhaning, Setiawan Ari (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang. *Jurnal Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Salatiga*.
- Tajudin Makhdaleva Hanura, Mulazid Ade Sofyan (2017). Pengaruh Promosi, Kepercayaan, dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok. *Jurnal Ekonomi Islam* Vol.8 No.1 Januari - Juni 2017.
- Qorizah Alfia, Prabowo Prayudi Setiawan (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 2 Nomor 2.

- Sinaga, Asmawarna, Anjur Perkasa Alam, and Muhammad Arfan Harahap (2020). "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Pada PT Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Stabat." 3(2): 210–32.
- Rafiz Fadhil Mochammed, dkk(2016). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Daihatsu (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi *Authorized Daihatsu Dealer* Malang).
- Lubis Akrim Ashal (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 16, No. 02.
- Asiati, Diah Isnaini, dkk. (2019). Metodologi Penelitian Bisnis. Palembang : Noer Fikri.