

1. ABSTRAK

2. **Intan Nurrachmi.** Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Perluasan Pangsa Pasar Produk Dana Talangan Haji Di Bank Syariah Mandiri KCP Ujungberung dan KCP Rancaekek Bandung.
3. Penelitian ini bertolak dari fasilitas pembiayaan dana talangan haji adalah produk yang *booming* karena diminati nasabah, namun dalam hal ini terdapat perbedaan ketercapaian target antara Bank Syariah Mandiri (BSM) KCP Ujungberung yang kurang berhasil dalam meningkatkan produk talangan haji sedangkan KCP Rancaekek sangat unggul dalam satu konsolidasi Kantor Cabang Ahmad Yani Bandung. Hal inilah yang menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian ini, kendala perbedaan tersebut diantaranya faktor kualitas pelayanan dan promosi. Fenomena tersebut menimbulkan permasalahan yang harus diteliti, yakni bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap perluasan pangsa pasar produk dana talangan haji Di Bank Syariah Mandiri KCP Ujungberung dan KCP Rancaekek Bandung secara parsial dan simultan.
4. Penelitian ini bertujuan secara akademis untuk memberikan sumbangan dalam kajian ilmu ekonomi Islam dalam LKS khususnya kualitas pelayanan dan promosi terhadap perluasan pangsa pasar dan secara praktis diharapkan mampu memberikan masukan kepada seluruh staf karyawan BSM KCP Ujungberung mengenai kualitas pelayanan dan promosi terhadap perluasan pangsa pasar produk dana talangan haji yang telah berhasil dilaksanakan oleh BSM KCP Rancaekek.

Dasar pemikiran penelitian ini bertolak dari pemikiran keterkaitan antara kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap perluasan pasar produk dana talangan haji. Maka hipotesis yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan promosi diduga berpengaruh signifikan terhadap perluasan pangsa pasar produk dana talangan haji secara parsial dan simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* yaitu dengan metode penelitian yang luas, namun hanya aspek-aspek tertentu saja yang akan dibahas. Sampel yang digunakan adalah 10% dari total populasi nasabah dana talangan haji tahun 2013 sebanyak 871 nasabah menjadi 87 nasabah melalui *quota sampling*. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuesioner, studi dokumen, dan studi kepustakaan. Adapun alat analisis dalam perhitungan ini menggunakan program SPSS *release* 16,00.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan terhadap perluasan pangsa pasar dengan korelasi yang kuat sebesar 0,730 dan memiliki *R Square* sebesar 53,3% juga melalui Uji t, dimana t hitung sebesar 8,245 ($>$ t tabel), maka H_0 ditolak dan H_i diterima. Selanjutnya adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari promosi terhadap perluasan pangsa pasar sebesar 30,3% dengan korelasi yang sedang/cukup sebesar 0,550 dan memiliki *R Square* sebesar 30,3% juga melalui Uji t, dimana t hitung sebesar 4,219 ($>$ t tabel), maka H_0 ditolak dan H_i diterima. Kemudian adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari kualitas pelayanan dan promosi secara bersamaan (simultan) terhadap perluasan pangsa pasar dengan korelasi yang kuat sebesar 0,784 dan memiliki *Adjust R Square* sebesar 60,6 %

juga melalui Uji F, di mana F hitung sebesar 67,023 ($>$ F tabel), maka H_0 ditolak dan H_i diterima.

