

ABSTRAK

Irwan Setiawan : Pengaruh Standar Kelayakan Pembiayaan dan Strategi Pembiayaan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sejauh mana pengaruh standar kelayakan pembiayaan dan strategi pemasaran produk warung mikro terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur, hipotesis yang diajukan adalah standar kelayakan pembiayaan dan strategi pemasaran produk warung mikro berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh standar kelayakan pembiayaan dan strategi pemasaran produk warung mikro terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur, untuk mengetahui variabel mana yang dominan mempengaruhi loyalitas nasabah. Teori yang digunakan untuk mendukung pembahasan dalam penelitian ini adalah standar kelayakan pembiayaan, khususnya yang berkaitan dengan kelayakan nasabah menerima pembiayaan, teori dan konsep tentang pemasaran serta teori dan konsep menciptakan loyalitas nasabah.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah bahwa loyalitas nasabah tidak selamanya tetap, kadang bisa berubah sewaktu-waktu, maka dengan hal tersebut bagaimana caranya menciptakan agar loyalitas nasabah bisa terjaga salah satunya dengan membuat standar kelayakan pembiayaan buat nasabah dan meningkatkan strategi pemasaran produk agar bisa unggul dibandingkan produk perbankan syariah lainnya.

Populasi penelitian ini adalah nasabah pembiayaan produk warung mikro di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur yang berjumlah kurang lebih 1500 orang. Penentuan jumlah sample dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, jumlah sample penelitian ini berjumlah 100 orang.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, daftar pertanyaan, serta studi dokumentasi. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi liner berganda. Pengujian hipotesis secara simultan maupun parsial dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS versi 13.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa standar kelayakan pembiayaan dan strategi pemasaran produk secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Bekasi Timur. Variabel yang dominan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah adalah strategi pemasaran produk.

Nilai koefisien determinasi (R Square) diperoleh sebesar 83,8%. Hal ini berarti bahwa variabel dependen yaitu loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen standar kelayakan pembiayaan dan strategi pemasaran produk sebesar 83,8%. Sedangkan sisanya sebesar 16,2% dijelaskan oleh variabel independen lainnya yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

ABSTRACT

Irwan Setiawan: Effect of Eligibility Standards Funding and Financing Strategies for Customer Loyalty in Bank Syariah Mandiri Branch East Bekasi

Formulation of the problem in this research is the extent to which the influence of eligibility standards financing and product marketing strategy wrung micro on customer loyalty at Bank Syariah Mandiri Branch East Bekasi, the proposed hypothesis is eligibility standards financing and product marketing strategy stall micro effect on customer loyalty in the Islamic Bank Mandiri Branch East Bekasi.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of financing eligibility standards and product marketing strategy on customer loyalty micro wrung at Bank Syariah Mandiri Branch East Bekasi, to determine where the dominant variable affecting customer loyalty. The theories used to support the discussion in this study is the feasibility of financing standards, especially with regard to the eligibility of customers receiving the financing, theories and concepts of marketing as well as the theory and the concept of creating customer loyalty.

Framework in this study is that customer loyalty is not always fixed, sometimes can change at any time, then it is how to create that customer loyalty can be maintained either by creating a standard feasibility of financing for customers and improving product marketing strategy to be superior to Other Islamic banking products.

The study population was micro financing customers shop products at Bank Syariah Mandiri Branch East Bekasi which amounts to approximately 1500 people. Determination of the number of samples in this study using Slovin formula, the amount of the research sample of 100 people.

Methods of data collection through interviews, questionnaires, and documentation study. Data analysis model used is linear regression analysis berganda. Pengujian hypotheses simultaneously or partially performed using SPSS software version 13.

The results showed that the eligibility standards financing and product marketing strategies simultaneously and partially significant effect on customer loyalty at Bank Syariah Mandiri Branch East Bekasi. The dominant variable significant effect on customer loyalty is a product marketing strategy.

The coefficient of determination (R Square) gained 83.8%. This means that the dependent variable is the customer loyalty can be explained by the independent variable financing eligibility standards and product marketing strategy is 83.8%. While the remaining 16.2% is explained by other independent variables that are not included in this research model.

المخلص

إبروان سيتياوان: تأثير الأهلية معايير التمويل واستراتيجيات تمويل ولاء العملاء في بنك الشرعية مانديري فرع الشرق بيكاسي

صياغة المشكلة في هذا البحث هو مدى تأثير تمويل معايير الأهلية واستراتيجية تسويق المنتجات وانتزع الصغير على ولاء العملاء في بنك الشرعية مانديري فرع الشرق بيكاسي، الفرضية المقترحة تمويل معايير الأهلية والمماثلة استراتيجية تسويق المنتجات تأثير الصغير على ولاء العملاء في البنك الإسلامي لل مانديري فرع الشرق بيكاسي.

وكان الغرض من هذه الدراسة إلى تحديد وتحليل أثر معايير التمويل الأهلية واستراتيجية التسويق المنتج على الصغير ولاء العملاء انتزعها في بنك الشرعية مانديري فرع الشرق بيكاسي، لتحديد مكان ولاء العملاء المتغير الرئيسي الذي أثر على. النظريات المستخدمة لدعم المناقشة في هذه الدراسة هي الجدوى من معايير التمويل، وخاصة فيما يتعلق الأهلية للعملاء الحصول على التمويل، نظريات ومفاهيم التسويق وكذلك نظرية ومفهوم خلق ولاء العملاء.

الإطار في هذه الدراسة هو أن ليست ثابتة ولاء العملاء دائما، وأحيانا يمكن أن تتغير في أي وقت، فمن كيفية إنشاء يمكن المحافظة على ولاء العملاء إما عن طريق إنشاء جدوى القياسي لتمويل العملاء وتحسين استراتيجية تسويق المنتجات لتكون متفوقة على المنتجات المصرفية الإسلامية الأخرى.

كان مجتمع الدراسة منتجات متجر عملاء التمويل متناهية الصغر في بنك الشرعية مانديري فرع الشرق بيكاسي التي تصل إلى ما يقرب من شخص. تحديد عدد العينات في هذه الدراسة باستخدام الصيغة، وكمية من عينة البحث من شخص.

طرق جمع البيانات من خلال المقابلات والاستبيانات، ودراسة الوثائق. نموذج تحليل البيانات المستخدمة هو الانحدار الخطي فرضيات التحليل إجراء في وقت واحد أو جزئيا باستخدام إصدار برنامج.

وأظهرت النتائج أن استراتيجيات التمويل معايير الأهلية وتسويق المنتج تأثير في وقت واحد وبشكل جزئي كبير على ولاء العملاء في بنك الشرعية مانديري فرع الشرق. تأثير كبير متغير المهيمن على ولاء العملاء هو استراتيجية تسويق المنتجات.

معامل التحديد (مربع) ارتفع وهذا يعني أن المتغير التابع هو ولاء العملاء ويمكن تفسير من قبل متغير معايير التمويل أهلية مستقلة واستراتيجية التسويق المنتج هو. بينما أوضح المتبقية من خلال المتغيرات المستقلة الأخرى التي لم يتم تضمينها في هذا النموذج البحوث