

ABSTRAK
PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
MENJADI NASABAH PADA MAHASISWA UIN RADEN FATAH
PALEMBANG
OLEH :
NABILA ALISA
NIM. 1830603221

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui respon mahasiswa bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh pihak Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Letkol Iskandar berpengaruh baik terhadap keputusan mahasiswa untuk menjadi nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Letkol Iskandar. Pada saat ini banyaknya persaingan strategi pemasaran yang bagus yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah setiap cabangnya. Melihat banyaknya startegi pemasaran yang muncul untuk mengenalkan produk mereka yang unggul, sangatlah baik untuk pengembangan Bank Sumsel Babel Syariah, karena semakin banyak masyarakat yang mengetahui apa saja produk-produk yang ada di Bank Sumsel Babel Syariah dan bisa lebih mengetahui lebih dalam apa itu Bank Sumsel Babel Syariah dan Produknya, sehingga akan muncul keputusan untuk menjadi nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah.

Metode penelitian dalam peneliti ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif Deskriptif, populasi 9.605, dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 Teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner (angket). Teknik analisis data pada penelitian ini terdiri dari uji kualitas data yang

meliputi uji validitas dan uji reliabilitas data, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji linearitas dan uji hipotesis meliputi uji regresi linear berganda, uji t, dan uji f. Hasil penelitian ini menyatakan bahwasannya Strategi Pemasaran (X1), terdapat berpengaruh positif terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Y) di Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Letkol Iskandar.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Keputusan, Nasabah, Bank Sumsel Babel.

