

ABSTRAK

Fera Wahyuningsih, 1950410045, Judul “Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Tabungan Sirela di KSPPS Pringgodani Tangguh Demak.”

Seiring dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia, semakin berkembang pula lembaga keuangan mikro syariah. Peningkatan jumlah lembaga keuangan akan berdampak pada tingkat persaingan. Untuk tetap menjaga eksistensi suatu perusahaan harus melakukan pemasaran supaya berkembang dan mendapatkan laba.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *marketing mix* (harga, tempat, produk, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) terhadap keputusan nasabah dalam memilih tabungan sirela di KSPPS Pringgodani Tangguh Demak. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penarikan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* terdiri dari 100 responden. Uji yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas), uji statistic deskriptif, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), Uji F, dan Uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh harga terhadap keputusan nasabah menabung, secara parsial terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan nasabah menabung, secara parsial tidak terdapat pengaruh tempat terhadap keputusan nasabah menabung, secara parsial tidak terdapat pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menabung, secara parsial tidak terdapat pengaruh orang terhadap keputusan nasabah menabung, secara parsial tidak terdapat pengaruh proses terhadap keputusan nasabah menabung, dan secara parsial tidak terdapat pengaruh bukti fisik terhadap keputusan nasabah menabung.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, Keputusan Nasabah, Tabungan