

**PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCP Jombang)

ABSTRAK

Oleh:

Silvina Prisilia Dwiyantri

Dosen Pembimbing:

Wenda Wahyu Christianto, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel *marketing mix* yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Jombang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang berasal dari nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Jombang dan menggunakan teknik *convenience sampling*. Kuisisioner yang digunakan menggunakan skala likert. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *product* dan *price* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, sedangkan *place, promotion, people, process* dan *physical evidence* tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat Indonesia KCP Jombang.

Kata Kunci: Marketing Mix, Kepuasan Nasabah

THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TO CUSTOMER SATISFACTION

(Case Study On Muamalat Indonesia KCP Jombang Bank)

ABSTRACT

By:

Silvina Prisilia Dwiyanti

Supervisor:

Wenda Wahyu Christianto, SE., MM

The aim of this research is to find out whether the marketing mix consist of product, price, place, promotion, people, process, physical evidence affect to customer satisfaction in Muamalat Indonesia Bank KCP Jombang. This research uses quantitative methods. The sample used in this study amounted to 100 respondents who came from Muamalat Indonesia KCP Jombang Bank customers and used convenience sampling techniques. The Questionnaires used a Likert scale. The results of this study indicate that product and price variables affect on customer satisfaction, while place, promotion, people, process and physical evidence has not been affecting the customer satisfaction at the Muamalat Indonesia Bank KCP Jombang.

Keywords: Marketing Mix, Customer Satisfaction