

## ABSTRAK

**ANNISA DESI HANDAYANI. 2017. “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BMT Beringharjo Yogyakarta”** (dibimbing oleh Dr. Jaka Sriyana, SE.,M.Si).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap loyalitas nasabah oleh nasabah yang menggunakan bank BMT Beringharjo Yogyakarta. Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan dengan menggunakan skala likert dan metode penentuan sampel yang digunakan adalah aksidental sampling sebanyak 100 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda (*multi linear regression*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas nasabah yang terdiri atas Produk ( $X_1$ ), dan Pemasaran ( $X_3$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas nasabah di bank BMT Beringharjo Yogyakarta. Sedangkan Lokasi ( $X_2$ ), Pelayanan ( $X_4$ ), dan Variabel Keislaman ( $X_5$ ) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank BMT Beringharjo Yogyakarta. Di mana persamaan regresi  $Y = 0.126759 - 0.477841 X_1 - 0.087711 X_2 + 0.380536 X_3 + 0.077877 X_4 + 0.067303 X_5$ . Selain itu, dengan uji F dilihat bahwa bauran pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau 0%. Namun berdasarkan uji parsial (t), ada variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yaitu dengan tingkat signifikan untuk Produk sebesar 0.0026, dan Pemasaran sebesar 0.0019 dan beberapa variabel tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah yaitu dengan tingkat signifikan Lokasi sebesar 0.4739, Pelayanan sebesar 0.6942, dan Variabel Keislaman sebesar 0.4756 .