

INTISARI

PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP *PREFERENSI* NASABAH PADA
BANK BNI SYARIAH YOGYAKARTA

Oleh : Siti Maimunah

Dual system banking memberikan kemudahan bagi dunia perbankan untuk mendirikan bank-bank baru atau membuka cabang dengan sistem syariah. BNI Syariah sebagai salah satu bank syariah yang menghimpun dana dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman tanpa menambahkan bunga. *Marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik dan proses merupakan komponen yang dikendalikan oleh perbankan syariah, dimana dapat digunakan untuk mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah.

Berkat dari permasalahan ini, maka penulis merumuskan dua rumusan masalah, antara lain : (1) Apakah pengaruh *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses) terhadap *preferensi* nasabah pada Bank BNI Syariah Yogyakarta? (2) Faktor-faktor apa yang paling dominan mempengaruhi nasabah untuk menyimpan dana di Bank BNI Syariah?