

BAB II

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *marketing mix* (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik dan proses) secara simultan terhadap *preferensi* nasabah pada Bank BNI Syariah.
2. Untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang paling dominan mempengaruhi sikap nasabah untuk menyimpan dananya di Bank BNI Syariah.

B. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan agar dapat menentukan strategi yang secara umum diterima dan diinginkan oleh pasar sasarnya.

2. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk proses belajar dan dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai pengaruh *marketing mix* terhadap *preferensi* nasabah pada bank BNI Syariah.