

ABSTRAK

Zhafranul Sajid 10525033115 "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan E-banking Studi Kasus PT Bank BNI Syariah Cab. Veteran Makassar" (Dibimbing oleh Bapak Muchlis Mappangaja dan Hasanuddin)

Bank syariah saat ini sedang dalam kondisi yang baik. Bank Syariah telah memiliki citra yang baik di mata masyarakat, hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal. Citra yang baik memengaruhi tingkat kepercayaan nasabah Bank Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi dari perspektif syariah pada Bank Syariah dan dampaknya terhadap kepercayaan nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian secara langsung, lokasi penelitian pada PT Bank BNI Syariah Cab. Veteran Kota Makassar. Penelitian ini mengambil data dengan menyebarkan kuesioner pada 67 responden yang melakukan transaksi pada PT Bank BNI Syariah Cab. Veteran kota Makassar. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan metode Smart PLS 2.0M3. *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT Bank BNI Syariah Cab. Veteran Makassar Sekitar 88% telah mengimplementasikan program yang sesuai perspektif syariah dengan mengedepankan nilai-nilai ibadah, salah satu produk yang meningkat ialah dari Dana Murah (giro dan tabungan), penyaluran dana dari sisi pembiayaan, serta produk hasana cart. Dan sekitar 12 % BNI Syariah Cab. Veteran Makassar belum maksimal dengan Bentuk implementasi CSR yang sesuai dengan perspektif syariah menarik perhatian nasabah untuk tetap loyal dengan PT Bank BNI Syariah Cab. Veteran Makassar.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Nasabah, E-banking