

**PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK DAN
KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH
(STUDI KASUS PADA BPRS MADINAH
LAMONGAN)**
*INFLUENCE OF PRODUCT DEVELOPMENT AND MARKETING
COMMUNICATION TO INCREASE CUSTOMER NUMBER
(CASE STUDY ON BPRS MADINAH LAMONGAN)*

Salamat Shofifah¹

Program Studi Manajemen/Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Lamongan

Email: shofishof10388@gmail.com

** Correspondence*

Website:

ABSTRAK

Kata Kunci :

*Pengembangan
Prodok, Komunikasi
Pemasaran, Jumlah
Nasabah.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk dan komunikasi untuk meningkatkan jumlah nasabah (studi kasus pada BPRS MADINAH LAMONGAN). Selain itu, penelitian ini juga digunakan untuk menguji persamaan regresinya baik secara parsial, simultan dan yang paling dominan diantara variabel pengembangan produk dan komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah (studi kasus pada BPRS MADINAH LAMONGAN). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang bekerja di BPRS Madinah Lamongan, sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 97 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk dan komunikasi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah. Sedangkan pengembangan produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah. Hasil uji F (simultan) diperoleh sebesar $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $58,0853 > 3,09$ yang menyatakan bahwa secara simultan variabel pengembangan produk dan komunikasi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah. variabel pengembangan yang menjadi paling dominan terhadap jumlah nasabah di BPRS Madinah Lamongan.

Keywords: *Product*

ABSTRACT

*Development, Marketing
Communication And
Number Of Customers.*

Alamat Kantor:

This research aims to determine the influence of product development and marketing communication to increase customer number (case study on BPRS Madinah Lamongan). In addition, this research is also used to test the Regresinya equation both partially, simultaneously and the most dominant among the products and marketing communication variables to increase the number of customers (case study on BPRS Madinah Lamongan). The population in this study is all customers who are in the BPRS Madinah Lamongan, so that used in this study as much as 97 respondents.

The result that product development and marketing communications are significant to the number of customers. Meanwhile, partial product development significantly affects the number of customers. The test result F (simultaneous) obtained by $F_{\text{calculate}} > F_{\text{tabel}}$ is 58, 0853, 09 stating that simultaneously the product development variables and marketing communications significantly affect the number of customers. Variable development of products that became the most dominant of the number of clients in the BPRS Madinah Lamongan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kasmir. 2016. Dasar-dasar Perbankan. Cetakan Ke 12, Jakarta. PT Raja Grafindo.
- Kolter, Philip. 2016. Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT. Manca Jaya Cemerlang
- Nurudin. 2016. Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer. Jakarta: PT.Raja Grafindo.Persada.
- Purwanto.2017. evaluasi Hasil Belajar. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Setiadi, Nugroho J. 2015. PerilakuKonsumen. Pranamedia Group. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta, Bandung
- Suwiknyo, Dwi. 2019. Analisis Laporan KeuanganPerbankan Syariah. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winardi, 2016. Marketing dan Perilaku Konsumen, Bandung :Mandar Maju