# ABSTRAK

**Karina Rita Gustin.** 2017. *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Untuk Menjadi Nasabah di Mandiri Sekuritas Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.SI (II) Muhammad Haris, M.Kn

**Kata Kunci**: Pengaruh, strategi pemasaran, keputusan

Di Banjarmasin, Mandiri Sekuritas ialah salah satu sekuritas yang berkiprah dipasar modal dengan jumlah nasabah yang banyak dan sering melakukan edukasi. Hal tersebut merupakan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan perkembangan mandiri sekuritas karena pengambilan keputusan tidak terlepas dari bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan mandiri sekuritas tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan untuk menjadi nasabah secara simultan dan parsial.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Mandiri Sekuritas Banjarmasin, sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang responden yang menjadi nasabah Mandiri Sekuritas Banjarmasin. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner (angket) yang diambil dengan teknik penarikan sampel secara *random sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji data adalah analisis regresi linier berganda dengan uji simultan (uji f) dan parsial (uji t).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari kelima variabel strategi pemasaran yang diterapkan Mandiri Sekuritas Banjarmasin telah mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah sebesar 90,6% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Adapun dari kelima variabel tersebut hanya satu variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel proses (X5).