

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Perbedaan Pengaruh *Direct Marketing* dan *Indirect Marketing* terhadap Minat menjadi Nasabah BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan pengaruh *direct marketing* dan *indirect marketing* terhadap minat menjadi nasabah BPRS Mandiri Mitra Sukses Gresik.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah populasi 3470 nasabah, karena jumlah populasi yang terlalu banyak maka diperkecil menjadi sampel menggunakan rumus slovin dengan tingkat eror 10%, yaitu 98 nasabah. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala likert yang kemudian di uji menggunakan uji validitas dan uji realibilitas. Selanjutnya teknik analisis datanya menggunakan uji asumsi klasik yaitu : uji independent sampel t-test, uji normalitas, dan uji homogenitas varians.

Sebelum dilakukan uji independent sampel t-test pada penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas dan homogenitas varian. Hasil dari uji normalitas berdistribusi normal karena pada tabel P-value yaitu 0,197 untuk minat nasabah lebih besar dari 0,05. Hasil uji homogenitas menunjukkan 0,111 > 0,05 artinya variabel *direct marketing* dan *indirect marketing* mempunyai varian yang sama. Berdasarkan hasil pengujian koefisien F-test diperoleh F hitung sebesar 0,340 dengan signifikansi 0,561 yang lebih besar dari 0,05, artinya kedua varians atau populasi sama.

Hasil analisis data uji beda dua rata-rata (independent sampel t-test) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara *direct marketing* dan *indirect marketing*. Hal ini dapat dilihat dari nilai P-value independent t-test < 0,05. Dan berdasarkan nilai signifikannya maka minat nasabah lebih dipengaruhi oleh *direct marketing*.

Kata kunci : Minat Nasabah, *Direct Marketing*, dan *Indirect Marketing*.