# ABSTRAK

Salah satu strategi pemasaran yang selalu menjadi fenomena yang menarik untuk dibicarakan adalah *word of mouth* atau biasa disebut dengan promosi dari mulut kemulut. Konsumen akan melakukan pencarian informasi secara aktif melalui *word of mouth* mengenai hal-hal yang mereka butuhkan. Pada penelitian ini peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana analisis pemasaran *word of mouth* terhadap keputusan calon konsumen memilih tabungan Muḍārabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan para konsumen, karyawan, dan manager BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dokumentasi dan wawancara. Teknik pengolahan data pada penelitian ini memiliki tahapan, yaitu *Editing, Organizing, Verifying* dan penemuan hasil. Teknik analisis datanya menggunakan teknik verifikatif. Teknik pengabsahan data dalam penelitian ini menggunakan uji kredibilitas dan uji *transferability*.

Pada BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik menggunakan strategi ini karena mayoritas konsumennya adalah para pedagang-pedagang kecil dan para karyawan Petro Kimia Gresik serta masyarakat lingkungan sekitar BMT. Strategi ini dinilai berhasil karena mayoritas konsumen dari BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik memilih untuk menggunakan produk tabungan muḍārabah sesuai dari informasi yang diberikan oleh konsumen lain yang terlebih dahulu menjadi konsumen di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik. Alasan para konsumen untuk memilih melakukan tabungan muḍārabah di BMT Nurul jannah Petrokimia Gresik dikarenakan adanya promosi WOM yang dilakukan oleh konsumen yang sudah dulu menjadi nasabah di BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik, serta persyaratannya yang mudah dan sistem bagi hasilnya yang menguntungkan para konsumen itu sendiri.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, untuk penelitian selanjutnya yang lebih baik lagi agar strategi *Word of mouth* ini tetap bisa berjalan dengan baik maka dari pihak BMT perlu membentuk semacam tim/kelompok yang diambil dari beberapa nasabah yang sudah lama menjadi konsumen disana untuk melakukan promosi dengan memakai strategi WOM. Dan sejauh ini strategi ini sangatlah efektif untuk menarik para nasabah disekitar lingkungan BMT Nurul Jannah Petrokimia Gresik.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran *Word Of Mouth*, Tabungan Muḍārabah.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id