

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Strategi Pemasaran Produk Simpanan Tabunganku Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Indah)

Ramadhani Chandra Martiansyah

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75100&lokasi=lokal>

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif strategi pemasaran yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Indah. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer berupa wawancara, pendapat individu atau kelompok dan hasil observasi. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui media perantara, buku, catatan, dan arsip yang di publikasikan maupun yang tidak di publikasikan secara umum.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara dan observasi dari Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Indah dan membandingkan produk dengan bankbank yang memiliki produk tabunganku. Dalam melakukan penelitian menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu , unsur (4P) produk (product), harga (price) tempat (place), promosi (promotion). PT. Bank Syariah Mandiri Cab Pondok Indah dalam memasarkan produknya menggunakan brosur, Pemasangan billboard di jalan-jalan strategis, Pencetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau pusat-pusat perbelanjaan, dari beberapa pemasaran yang dilakukan yang paling efektif digunakan adalah brosur.