

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FAI

Efektifitas Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT.Bank Syariah Indonesia Di Era Covid 19 (Studi Kasus : KC Jakarta Barat)

Irni Rahayu

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75395&lokasi=lokal>

Abstrak

Irni Rahayu, Efektifitas Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Easy Wadiah Pada PT.Bank Syariah Indonesia Di Era Covid 19 (Studi Kasus : KC Jakarta Barat). Skripsi,

viii

Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan jumlah nasabah produk tabungan easy wadiah pada PT. Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Barat di Era Pandemi Covid 19. Karena banyak bank syariah tidak beroperasi dimasa pandemi covid 19, sehingga transaksi pun terbatas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif di PT. Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Barat. Tujuan skripsi ini adalah untuk mengetahui Efektifitas Implementasi Strategi Pemasaran dengan pendekatan 4P dapat meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan easy wadiah di era pandemi covid 19. Untuk mengetahui bentuk strategi pemasaran yang dilakukan PT.Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Barat guna meningkatkan jumlah nasabah produk tabungan easy wadiah di era pandemi covid 19 sesuai dengan perusahaan. Obyek penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan menggunakan teknik analisis 4P (Product, Price, Promotion, Place). Dari hasil penelitian posisi PT. Bank Syariah Indonesia KC Jakarta Barat pada tahun 2019 mengalami penurunan, kemudian ditahun 2020 Nasabah pada produk tabungan easy wadiah mengalami peningkatan.