ABSTRAK

Skripsi dengan judul "Strategi Promosi dan Pelayanan Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung" ini ditulis oleh Erlin Debi Triana, NIM 17401163528, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Ibu Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan perbankan di Era Globalisasi sekarang ini, untuk itu PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung harus meningkatkan Strategi promosi dan Pelayanan agar mampu bersaing untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dan pelayanan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung, untuk menegetahui apa saja kendala yang dihadapi PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dalam pelaksanaan strategi promosi dan pelayanan, untuk mengetahui bagaimana solusi yang dilakukan PT Bank Muamalat Indonesia dalam mengatasi kendala pelaksanaan strategi promosi dan pelayanan.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang digunakan untuk memecahan masalah dengan informasi yang didapat dari wawancara terhadap karyawan dan nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dengan mengetahui tentang strategi promosi dan pelayanan untuk meningkatkan jumlah nasabah pada PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam strateginya PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung melakukan strategi promosi dengan 4 acuan yang terdapat dalam marketing mix yaitu 1) Periklanan, 2) Publisitas, 3) Penawaran, 4) Promosi Penjualan dan strategi pelayanan dengan 6 konsep dasar pelayanan prima yaitu 1) Kemampuan, 2) Sikap, 1) Penampilan, 3) Perhatian, 4) Tindakan, 5) Tanggungjawab.

Kata Kunci : *Strategi Promosi, Strategi Pelayanan, Jumlah Nasabah PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung*

ABSTRACT

Thesis with tittle “Promotion and Service Strategy to Increase the Number of Customers at PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung” Written by Erlin Debi Triana, NIM 17401163528. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Syariah Banking, State Islamic Institute of (IAIN)Tulungagung. Advisor: Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I

This research is motivated by the increasingly intense banking competition in the current era of globalization, for that PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung must improve its promotion and service strategies to be able to compete to increase the number of customers.

The purpose of this research is to know promotion and service strategy to increase the number of customers at PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung. To know the obstacles of promotion and service strategy to increase the number of customers at PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung. To know the solution of promotion and service strategy to increase the number of customers at PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung.

This research method used descriptive qualitative method used to solve problems with information obtained from interviews with employees and customers of PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung by knowing about promotion and service strategies to increase the number of customers at PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung.

From the results of this research indicate that in its strategy PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung carries out a promotion strategy with 4 references contained in the marketing mix is 1) Advertising, 2) Publicity, 3) Personal Selling, 4) Sales Promotion and sservice strategy with 6 basic concepts of excellent service is 1) Ability, 2) Attitude, 3) Appearance, 4) Attention, 5) Action, 6) Accountability.

Keywords: *Promotion Strategy, Service Strategy, Number of Customers PT Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung*