

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Marketing dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Pada Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang* ” ditulis oleh Aqilla Salma Wardah, Nim.12401183168, Pembimbing Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh *marketing mix* 7P yakni harga, proses, tempat, promosi, produk, orang dan juga bukti fisik yang belum berjalan maksimal dilapangan sehingga membuat tingkat kelayalan suatu konsumen atau nasabah menjadi menurun. Menurunnya tingkat kelayalan nasabah atau konsumen ini membuat suatu perusahaan menjadi sulit untuk berkembang. Faktor penghambat dari jalannya suatu strategi marketing ini yakni banyaknya penolakan di lapangan dan juga tidak efektifnya strategi yang sudah dirancang suatu perusahaan. Atas dasar ini peneliti ingin meneliti mengenai bagaimana strategi marketing dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang? Sedangkan tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi marketing dalam mempertahankan loyalitas nasabah pada Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang.

Fokus penelitian pada penelitian ini yaitu 1) Bagaimana perencanaan marketing Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang dalam mempertahankan loyalitas nasabah. 2) Bagaimana implementasi marketing Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang dalam mempertahankan loyalitas nasabah. 3) Bagaimana pengawasan marketing Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan diskriptif. Sumber data yang diperoleh berasal dari data primer, yaitu data yang bersumber dari hasil penelitian dilapangan diantaranya yakni wawancara dengan Manajer Marketing, karyawan dan nasabah. Selain itu peneliti juga menggunakan data skunder yang dijadikan sebagai pelengkap dari data primer. Data sekunder diperoleh dari *website* lembaga penelitian ataupun dokumen dari lembaga peneliti. Kemudian dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian menyatakan bahwa 1) strategi yang dilakukan Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang berupa pemasaran jempot bola atau *door to door*, melakukan presentasi ke lembaga-lembaga, lebih mendekati diri kenasabah dan menghubungi nasabah secara berkala. 2) Implementasi marketing untuk membentuk kepuasan agar nasabah loyal pada Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang yakni dengan cara memberi pelayanan yang maksimal, mendekati diri kepada nasabah atau sambung silaturahmi sehingga nasabah membentuk rasa kepuasan tersendiri dan menjadi loyal. 3) Pada pengawasan marketing Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang tidak terlalu terfokuskan, akan tetapi Bank Panin Dubai Syariah memberikan hambatan fisik berupa gedung yang bersih dan nyaman serta berada ditengah kota sehingga memudahkan nasabahnya bertransaksi.

Kata kunci: Perbankan, *Marketing Mix*, loyalitas nasabah

ABSTRACT

Thesis with the title "Marketing Strategy in Maintaining Customer Loyalty at Panin Dubai Syariah Bank KCU Malang " was written by Aqilla Salma Wardah, Nim.12401183168, mentor Ahmad Supriyadi, M.Pd.I.

This research is motivated by the 7P marketing mix, namely prices, processes, places, promotions, products, people and also physical evidence that has not run optimally in the field so that the level of loyalty of a consumer or customer decreases. The decline in the level of customer or consumer loyalty makes it difficult for a company to develop. The inhibiting factor of the course of this marketing strategy is the number of rejections in the field and also the ineffectiveness of the strategy that has been designed by a company. On this basis, researchers want to examine how the marketing strategy in maintaining customer loyalty at Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang? While the purpose of this research is to find out how the marketing strategy in maintaining customer loyalty at Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang.

The focus of this research is 1) How is the marketing planning of Panin Dubai Syariah KCU Malang Bank in maintaining customer loyalty. 2) How is the marketing implementation of Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang in maintaining customer loyalty. 3) How is the marketing supervision of Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang in maintaining customer loyalty.

This research is a qualitative research with a descriptive approach. Sources of data obtained from primary data, namely data sourced from the results of research in the field including interviews with Marketing Managers, employees and customers. In addition, researchers also use secondary data which is used as a complement to primary data. Secondary data is obtained from the website of research institutions or documents from research institutions. Then in collecting data, researchers used observational data, interviews, and documentation.

The results of the study stated that 1) the strategies adopted by Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang were in the form of door to door marketing, conducting presentations to institutions, getting closer to customers and contacting customers regularly. 2) Implementation of marketing to build satisfaction so that customers are loyal to Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang, namely by providing maximum service, getting closer to customers or connecting with customers so that customers form a sense of satisfaction and become loyal. 3) The marketing supervision of Bank Panin Dubai Syariah KCU Malang is not too focused, but Bank Panin Dubai Syariah provides physical barriers in the form of a clean and comfortable building and is located in the middle of the city making it easier for customers to transact.

Keywords: *Banking, Marketing Mix, customer loyalty*