

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “*Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Guna Meningkatkan Minat Nasabah Pada Bank Panin Dubai Syariah Malang*” ditulis oleh Nabila Prastika Sukmasari, NIM 12401183053 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung yang di bimbing oleh Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian dalam skripsi ini di latar belakang oleh kurangnya minat nasabah untuk menggunakan produk tabungan haji, hal tersebut menandakan perlu adanya strategi dalam pemasaran guna meningkatkan minat nasabah tersebut. Permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti terdapat 2 pertanyaan: (1) Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan haji di Bank Panin Dubai Syariah Malang?, (2) Bagaimana strategi pemasaran pada produk tabungan haji dapat meningkatkan minat nasabah di Bank Panin Dubai Syariah Malang?

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kualitatif jenisnya studi kasus, teknik pengumpulan data dalam penulisan laporan dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada staff karyawan Bank Panin Dubai Syariah Malang serta beberapa nasabah yang memfokuskan kajiannya terhadap strategi pemasaran produk tabungan haji guna meningkatkan minat nasabah.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terkait strategi pemasaran produk tabungan haji guna meningkatkan minat nasabah, maka diperoleh kesimpulan bahwa (1) Strategi pemasaran yang diterapkan Bank Panin Dubai Syariah dalam memasarkan produk tabungan haji yaitu menggunakan strategi pemasaran khusus dan berdasarkan bauran pemasaran, (2) strategi pemasaran dengan sistem jemput bola mampu meningkatkan minat nasabah secara efektif dan efisien.

Kata Kunci: Pemasaran produk, minat nasabah, tabungan haji

ABSTRACT

The thesis entitled “Marketing Strategy for Hajj Saving Products to Increase Customer Interest in Bank Panin Dubai Syariah Malang” written by Nabila Prastika Sukmasari, NIM 12401183053, Islamic Banking, faculty of Economics and Islamic Bussines (FEBI), UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, advisor Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

The research in this thesis is motivated by lack of customer interest in using Hajj savings product, this indicated the need for a marketing strategy to increase customer interest. The problem formulated by the researcher has two questions. (1) How is the marketing strategy for hajj savings products at Panin Dubai Syariah Bank Malang? (2) How is the marketing strategy for hajj savings products to increase customer interest at Panin Dubai Syariah Bank Malang?.

The research method used is a qualitative approach, the type is a case study, data collection techniques in writing reports are carried out by interviewing staff of Bank Panin Dubai Syariah Malang and several customers who focus their studies on marketing strategies for Hajj savings products in order to increase customer interest.

Based on research that has been done related to the marketing strategy of Hajj savings products in order to increase customer interest, (1) it can be concluded that the marketing strategy applied by Panin Dubai Syariah Malang Bank in marketing hajj savings products is to use a special marketing strategy and based on the marketing mix. (2) the marketing strategy with the pick up system can increase customer interest effectively and efficiently.

Keywords: Product Marketing, Customer Interest, Hajj Savings