

ABSTRACT

ANALYSIS OF BSI AUTO PRODUCT MARKETING STRATEGY IN ATTRACTING CUSTOMER INTEREST AT PT BANK SYARIAH INDONESIA TASIKMALAYA BRANCH OFFICE HZ MUSTOFA

By:

Dede Fahmi

223404113

Supervisor I : Agi Rosyadi, S.E., M.M

Supervisor II : Cindera Syaiful Nugraha, S.Hut., M.M

The purpose of this study is to describe how the analysis of the bank's marketing strategy in attracting the interest of customers of BSI OTO products at PT Bank Syariah Indonesia Tasikmalaya Sub-Branch Office HZ Mustofa. The research approach used uses a qualitative approach with a descriptive method. The data collection technique used is primary and secondary data obtained from direct interviews with the marketing staff of Bank Syariah Indonesia Tasikmalaya Sub-Branch Office HZ Mustofa in implementing his marketing strategy. The marketing strategy uses the marketing strategy of Segmenting, Targeting, Positioning and uses the 7P marketing mix of Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical, Evidence.

Keywords: Bank, Marketing Strategy, BSI

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK BSI OTO DALAM MENARIK MINAT NASABAH DI PT BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU TASIKMALAYA HZ MUSTOFA

Oleh:

Dede Fahmi

223404113

Pembimbing I : Agi Rosyadi, S.E., M.M

Pembimbing II : Cindera Syaiful Nugraha, S.Hut., M.M

Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana analisis strategi pemasaran bank dalam menarik minat nasabah produk BSI OTO di PT Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya HZ Mustofa. Pendekatan penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan staff *marketing* Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tasikmalaya HZ Mustofa dalam menerapkan strategi pemasarannya. Strategi pemasarannya menggunakan strategi pemasaran *Segmenting, Targeting, Positioning* dan menggunakan bauran pemasaran 7P *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*.

Kata Kunci: Bank, Strategi Pemasaran, BSI