

ABSTRAK

Ikhwal Malak Rabbany (1199220038): Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Pencapaian Pendapatan pada Produk Tabungan iB Masalah di bank bjb syariah Periode 2017-2021.

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia perbankan di Indonesia juga semakin berkembang. Sekarang tidak hanya didominasi oleh Bank konvensional saja, akan tetapi banyak bermunculan Bank yang berprinsip syariah. Kemunculan Perbankan Syariah di Indonesia dilandasi oleh keinginan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan atau transaksi ekonomi dan perbankan yang sejalan dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip syariah. Strategi pemasaran adalah tindakan terukur yang bertujuan agar produk perusahaan dikenal masyarakat luas. Strategi pemasaran adalah seperangkat langkah bisnis yang telah digabungkan pada tingkat presentasi produk untuk menarik konsumen untuk membeli sebuah produk Strategi pemasaran yang komprehensif mencakup 4P, yaitu: *product*, *price*, *place* dan *promotion*. Dari sini dapat diketahui bahwa ruang lingkup strategi pemasaran mulai dari proses pembentukan produk hingga ke pasar sasaran, yang juga mempengaruhi harga produk (*price*) serta produk yang akan dipasarkan dimana dan dari media apa dari situ konsumen akan mengenali produk kita.

Tujuan penelitian adalah mengetahui bagaimana pengaruh strategi pemasaran (produk, promosi, harga dan lokasi) terhadap pencapaian peningkatan pendapatan pada Produk Tabungan iB Masalah di bank syariah. Dan untuk mengetahui apakah ada variabel antara (produk, promosi, harga dan lokasi) yang paling berpengaruh terhadap pencapaian peningkatan pendapatan pada Produk Tabungan iB Masalah di bank bjb syariah

Jenis penelitian ini merupakan deskriptif, karena untuk menguji pengaruh bauran strategi pemasaran (*product*, *promotion*, *place* dan *price*) terhadap peningkatan jumlah pencapaian pendapatan pada produk penghimpunan dana bank bjb syariah. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif, karena jenis data yang dikumpulkan adalah data yang berupa angka-angka dan analisisnya adalah analisis statistik. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan antara Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Pencapaian Pendapatan produk iB masalah bank bjb syariah. Strategi pemasaran memiliki pengaruh sebesar 52,1 % dan sisanya 47,9 % dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Dan nilai t_{hitung} untuk variabel Strategi Pemasaran yaitu $21,74 > 1,967$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi Pemasaran terhadap Peningkatan Pencapaian Pendapatan produk iB masalah bank bjb syariah. Dan yang kedua variabel strategi pemasaran pada produk menjadi yang paling berpengaruh dalam peningkatan pencapaian pendapatan karena menjadi yang paling banyak mendapat poin positif dari semua responden.

Kata Kunci: Bank Syariah, Strategi Pemasaran, Tabungan