

ABSTRAK

Judul Tugas Akhir ini adalah “**Strategi Marketing Mix Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah Pada BMT At-Taqwa Muhammadiyah Cabang Pasar Raya Padang (Sumatera Barat)**” yang disusun oleh Nurul Fatimah Azzahro NIM 1403050303, Jurusan Manajemen Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang Tahun 2018.

Latar belakang masalah tugas akhir ini adalah Strategi Pemasaran Tabungan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah dengan menggunakan konsep Marketing mix yaitu produk, harga, promosi, dan Distribusi. Rumusan masalah ini adalah Bagaimana Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada BMT At-Taqwa Muhammadiyah Cabang Pasar Raya Padang (Sumatera Barat).

Adapun metode yang penulis gunakan didalam penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Metode kualitatif deskriptif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif dengan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran Tabungan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah prosedur serta perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Mudharabah BMT At-Taqwa Muhammadiyah.

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran Tabungan Mudharabah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah menggunakan konsep-konsep pemasaran berdasarkan konsep marketing mix, yaitu product (*produk*), price (*harga*), place (*tempat*), dan promotion (*promosi*). Elemen-elemen tersebut diatas merupakan konsep marketing mix, yang dalam perkembangannya juga dimaksudkan beberapa indikator seperti people (orang), process (proses), dan phisical evidance (bukti fisik).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG