**ABSTRAK**

Nama : **Dwi Saraswati Dewi**, Nim 141500155, Judul Skripsi : **Pengaruh Strategi Pemasaran Bank Syari’ah Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah** (Studi Pada Nasabah BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja)

 Pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, menuntut setiap perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasaran. Bank BRI Syari’ah Kantor Cabang Pembantu Balaraja juga melakukan strategi-strategi pemasaran dalam memasarkan produknya.

 Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : 1). Bagaimanakah strategi produk (*product*), dalam meningkatkan jumlah nasabah yang melakukan transaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja? ; 2). Seberapa besar signifikansi pengaruh strategi produk (*product*), dalam meningkatkan jumlah nasabah yang melakukan transaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja? ;

 Tujuan Penelitian ini adalah 1). Untuk mengetahui strategi produk dalam meningkatkan jumlah nasabah yang melakukan transaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja 2). Untuk mengetahui berapa besar signifikansi pengaruh strategi produk dalam meningkatkan jumlah nasabah yang melakukan transaksi di BRI Syari’ah KCP Balaraja .

 Dalam penelitian ini populasi yang ditentukan adalah nasabah BRI Syari’ah KCP Balaraja. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Teknik sampling yang dipakai oleh penulis adalah *sampling purposive*, metode analisis yang digunakan oleh penulis yaitu analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis uji t uji koefisien korelasi (R) dan uji koefisien Determinasi (R2).

strategi pada produk pemasaran dalam meningkatkan jumlah nasabah pada BRI Syari’ah KCP Balaraja adalah Untuk penarikan uang ATM pada bank manapun hanya dikenakan tarif 50% dari biaya bank lain, misalnya jika nasabah lain melakukan penarikan pada ATM bersama biasanya dikenakan Rp. 7.000 sedangkan apabila nasabah BRI Syari’ah melakukan penarikan pada ATM bersama hanya dikenakan tarif sebesar Rp. 3.000.- Memberikan apresiasi berupa hadiah terhadap nasabah yang sering melakukan transaksi pada BRI Syari’ah, Memberikan pelayanan yang ramah, Menyebarkan brosur untuk publikasi produk BRI Syari’ah, Mengajak Nasabah untuk berdonasi kepada yang membutuhkan pada saat bulan Suci Ramadhan, Harga produk terjangkau sesuai kemampuan dan keinginan nasabah, Meluangkan waktu untuk bertemu dan bertegur sapa dengan nasabah BRI Syari’ah , Menjaga komunikasi dengan nasabah, Memberikan kenyamanan kepada nasabah, Menyediakan fasilitas kepada nasabah. Hasil pengujian SPSS v.16 diperoleh untuk variabel X (Produk) diperoleh t hitung = 3,281 dengan menggunakan tingkat signifikan ɑ = 50-1-1= 53, uji dilakukan dua sisi dengan perhitungan signifikan 0,250. Diketahui ttabel sebesar1,674 maka dapat disimpulkan t hitung > t tabel (10.770>1,674) yang artnya Ho ditolak maka terdapat pengaruh antara variabel produk dalam mengkatkan jumlah nasabah pada BRI Syari’ah KCP Balaraja. Berdasarkan hasil tinjauan langsung dalam penelitian ini produk merupakan hal yang menjadi perhatian nasabah, karena salah satu faktor yang ada dalam produk adalah pilihan yang ada.

**Kata Kuci : *Strategi Pemasaran, Jumlah Nasabah***