

ABSTRAK

Strategi Bauran Pemasaran TabunganKu pada Bank Nagari Cabang Pembantu Dangung Dangung

Oleh: Yogi Agusta

Perusahaan memerlukan strategi pemasaran dalam memasarkan produk kepada konsumen, agar produk tersebut dapat dikenal dan masyarakat terkait untuk menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu maka strategi pemasaran merupakan serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arahan agar pemasaran tetap berjalan dalam persaingan di pasar.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah prosedur pembukaan rekening TabunganKu dan untuk mengetahui strategi pemasaran TabunganKu pada Bank Nagari Capem Dangung-Dangung. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui studi lapangan (wawancara dan pengamatan), dan studi kepustakaan. Data kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif.

Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa di Bank Nagari Cabang Pembantu Dangung-Dangung memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui produk dan layanan. Dalam pemasaran produk TabunganKu Bank Nagari Cabang Pembantu Dangung-Dangung adalah produk yang ditujukan untuk anak-anak sekolah yang bertujuan untuk menarik minat nasabah agar gemar menabung sejak dini. Manajemen pemasaran di Bank Nagari Cabang Pembantu Dangung-Dangung menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P yang meliputi *product, price, place, dan promotion*.