

## **ABSTRAK**

Skripsi ini disusun oleh **Desta Mahyusi, Nim 3321218** Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Produk Deposito Berjangka di PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Sikaping”**.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan strategi pemasaran yang dilakukan PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Sikaping dalam meningkatkan jumlah nasabah produk deposito berjangka dan kendala – kendala yang dihadapi dalam memasarkan produk deposito berjangka.

Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Bank Nagari Cabang Lubuk Sikaping menerapkan beberapa strategi pemasaran pada produk deposito berjangka dalam meningkatkan jumlah nasabah dan mengalami beberapa kendala dalam pemasaran produk deposito berjangka. Strategi dalam memasarkan produk deposito berjangka tersebut diantaranya adalah memanfaatkan media online brosur, personal selling, pendekatan emosional dan door to door dan bauran pemasaran melalui penerapan *marketing mix 7P (product, price, place, promotion, process, physical evidence)*. Sedangkan yang menjadi kendala dalam pemasaran produk deposito berjangka adalah kurangnya pengetahuan masyarakat terhadap produk deposito berjangka, persaingan yang ketat dengan bank pesaing, dan persaingan pada tingkat suku bunga dengan bank pesaing maupun dengan produk yang lain.

**Kata Kunci:** Strategi Pemasaran, Deposito Berjangka