

ABSTRAK

Vinda Viviyani, 1950410047, Judul “Efektivitas Strategi Pemasaran BSI KCP Purwodadi Suprpto Dalam Peningkatan Nasabah Pengguna Layanan *Mobile Banking*”.

Perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Ditengah persaingan yang semakin ketat ini dengan banyaknya inovasi produk yang ditawarkan kepada konsumen serta dunia digitalisasi yang semakin canggih maka perusahaan menyadari pentingnya akan strategi untuk tercapainya tujuan perusahaan..

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar efektivitas dan pengaruh strategi pemasaran dalam peningkatan nasabah pengguna layanan *mobile banking*. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh nasabah BSI KCP Purwodadi Suprpto. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas strategi pemasaran yang meliputi produk, harga, dan promosi masuk dalam kriteria efektif. Sedangkan efektivitas strategi pemasaran tempat masuk dalam kriteria tidak efektif. Dan hasil secara parsial strategi pemasaran produk dan promosi terdapat pengaruh dan signifikan terhadap peningkatan nasabah. Selanjutnya, secara parsial strategi pemasaran harga dan tempat tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap peningkatan nasabah. Sedangkan secara simultan strategi pemasaran produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nasabah pengguna layanan *mobile banking*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Mobile Banking*, Peningkatan Nasabah