

ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP BAURAN PEMASARAN BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH KCPS WATES

Isnaini Nur Fatkhul Ulum

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah terhadap bauran pemasaran Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif yang merupakan penelitian terhadap masalah-masalah yang berupa fakta-fakta saat ini dari suatu fenomena tertentu. Jenis data yang digunakan peneliti adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Responden penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk atau yang membuka rekening di Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates yang diambil dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif dengan bentuk tabel distribusi frekuensi, rata-rata persentase. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh hasil bahwa: 1) produk Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates berada pada kategori setuju, Persepsi tersebut dilihat dari: tabungan yang variatif, produk terjamin dan halal, fitur-fitur yang menarik; 2) harga yang ditetapkan oleh Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates telah sesuai dengan harapan nasabah, Persepsi tersebut dilihat dari: biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh, tidak adanya biaya administrasi bulanan, dan pemberian bonus sesuai harapan; 3) saluran pemasaran Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah, mengingat saluran pemasaran (ATM) Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates hanya terdapat pada kantor Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates; 4) komunikasi pemasaran yang dilakukan Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates dalam mengomunikasikan produk berada pada katagori sangat setuju Persepsi tersebut dilihat dari: penjelasan secara langsung mengenai informasi yang disampaikan oleh *staff marketing* BTN Syariah dan iklan BTN Syariah cukup jelas dan menarik; 5) sistem karyawan Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates berada pada katagori setuju, Persepsi tersebut dilihat dari: karyawan yang siap melayani nasabah, karyawan yang ramah dan rapih pada saat melayani nasabah dan karyawan memiliki kemampuan dan keterampilan dalam melayani nasabah; 6) proses yang dilakukan oleh Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates berada pada katagori setuju, Persepsi tersebut dilihat dari: prosedur pembukaan rekening tidak memakan waktu lama, proses transaksi yang cepat dan karyawan yang tanggap dalam merespon keluhan nasabah; 7) sistem lingkungan fisik yang dilakukan oleh Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates secara keseluruhan berada pada katagori setuju, Persepsi tersebut dilihat dari: penataan interior dan eksterior bangunan yang baik, toilet dan musholla BTN Syariah KCPS Wates. hasil dari data kuesioner yang telah diolah menunjukkan bahwa bauran pemasaran Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates dalam kategori setuju.

Kata Kunci: *Persepsi Nasabah, Bauran Pemasaran, Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah KCPS Wates.*

THE ANALYSIS OF CUSTOMER PERCEPTION ON MARKETING MIX OF BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH KCPS WATES

Isnaini Nur Fatkhul Ulum

Abstract

This study aims to know customer perceptions on the marketing mix of bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates. This research is a type of descriptive research which is a study of problems in the form of current facts of a particular phenomenon. The type of data used by researchers is primary data obtained through questionnaires. This respondent research is all customers who use the product or who open an account at the State Savings Bank Syariah KCPS Wates taken by purposive sampling technique. The data analysis method used is descriptive in the form of a frequency distribution table, the average percentage. Based on the results of the analysis, it can be seen that: 1) KCPS Wates Sharia State Savings Bank products are in the agreed category, the perception is seen from: varied savings, guaranteed and halal products, attractive features; 2) the price set by the State Savings Bank Syariah KCPS Wates has been in accordance with customer expectations, the perception is seen from: costs incurred with the benefits obtained, no monthly administrative costs, and bonuses as expected; 3) the KCPS Wates Sharia State Savings Bank marketing channel has not fully met customer expectations, bearing in mind that the KCPS Wates Sharia State Savings Bank marketing channel (ATM) only exists at the KCPS Wates Sharia State Savings Bank office; 4) marketing communication conducted by the State Savings Bank KCPS Wates in communicating products in the category of strongly agree. The perception is seen from: a direct explanation of the information submitted by BTN Syariah marketing staff and BTN Syariah advertisements quite clear and interesting; 5) Bank Tabungan Negara Syariah KCPS Wates employee system is in the category of agree, the perception is seen from: employees who are ready to serve customers, friendly and neat when serving customers and have the ability and skills in serving customers; 6) the process carried out by the Sharia State Savings Bank KCPS Wates is in the category of agree, the perception is seen from: the account opening procedure does not take a long time, the transaction process is fast and employees are responsive in responding to customer complaints; 7) the physical environment system implemented by the Sharia State Savings Bank KCPS Wates as a whole is in the category of agree, the perception is seen from: the good interior of the exterior design including good toilet and mosque. The results of the processed questionnaire data show that the marketing mix of the Tabungan Negara Syariah Syariah Bank Wates is in the agreed category.

Keywords: Customer Perception, Marketing Mix, Bank Tabungan Negara (BTN) Syariah KCPS Wates.