

**TINJAUAN BAURAN PEMASARAN DI PT BANK SYARIAH
INDONESIA KANTOR CABANG GRAHA PARAMITA II BINTARO**

Oleh :

Fanyta Agna Tasya

2010101054

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui tinjauan bauran pemasaran di PT Bank Syariah Indonesia KC Graha Paramita II Bintaro. Jenis Penulisan yang digunakan adalah analisis kualitatif yang dijelaskan secara deskriptif. Dimana penulisan ini menggunakan metode wawancara untuk memperoleh data. Berdasarkan hasil penulisan, dapat diketahui bahwa PT Bank Syariah Indonesia KC Graha Paramita II Bintaro melakukan aktivitas pemasaran secara langsung menggunakan Strategi Bauran Pemasaran (Marketing mix) yang terdiri dari konsep 7P yaitu: Product (Produk), Price (Harga), Place (Tempat), Promotion (Promosi), People (Orang), Process (Proses), dan Physical Evidence (Fasilitas Fisik).

Kata Kunci: Bauran Pemasaran (Marketing Mix), 7P

**OVERVIEW OF THE MARKETING MIX AT PT BANK SYARIAH
INDONESIA BINTARO GRAHA PARAMITA II BRANCH OFFICE**

Oleh :

Fanyta Agna Tasya

2010101054

ABSTRACT

This study aims to identify a marketing mix strategy at PT Bank Syariah Indonesia KC Graha Paramita II Bintaro. The research methodology used is qualitative analysis which is described descriptively. This study uses interviews as a means to collect data. Based on the results of the study it is known that PT Bank Syariah Indonesia KC Graha Paramita II Bintaro carries out direct marketing through the implementation of a Marketing Mix strategy consisting of the 7P concept: Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence.

Keywords: Marketing Mix, 7P