



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Lia Dwi Septiawati (2017) : Strategi Marketing Mix Produk Asuransi Zafirah Proteksi Sejahtera di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru Ditinjau menurut Ekonomi Islam

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pencapaian target perusahaan yang belum terealisasi dengan adanya penurunan penjualan terhadap produk asuransi zafirah proteksi sejahtera, sehingga menimbulkan masalah bagi perusahaan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi *marketing mix* produk asuransi zafirah proteksi sejahtera di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi *marketing mix* produk asuransi zafirah proteksi sejahtera di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*Field Research*). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan populasi sebanyak 50 karyawan, pengambilan sampel sebanyak 2 orang *marketing* yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti menggunakan teknik *porpositive sampling* yaitu pengambilan sampel tertuju kepada orang yang dianggap dapat memberikan informasi yang penulis inginkan. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Untuk analisis data, peneliti menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitian bahwa Strategi *marketing mix* produk asuransi zafirah proteksi sejahtera di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru dari segi produk (*produc*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotioni*) hanya melalui promosi *advertising* dengan menggunakan brosur, publisitas, *personal selling* dan penawaran melalui *customer service* kepada nasabah yang datang ke PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru

Adapun Tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi *marketing mix* produk asuransi Zafirah Proteksi Sejahtera di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk cabang Pekanbaru, dapat dilihat dari aspek produk, harga, tempat, dan promosi sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Hanya saja dalam promosi belum maksimal, PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Cabang Pekanbaru melakukan promosi dengan apa adanya dan belum melakukan terobosan-terobosan baru. Sedangkan Islam menganjurkan umatnya untuk bekerja bersungguh-sungguh untuk memperoleh atau mencapai yang terbaik.