

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun dalam memilih *take over* pembiayaan ke Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. Manfaat penelitian ini sebagai referensi yang dapat digunakan untuk peningkatan strategi marketing. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dengan triangulasi teknik dan triangulasi teori. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Purposive Sampling*. *Key informan* dalam penelitian ini adalah nasabah pensiunan dari bank lain yang memindahkan pembiayaannya ke BSM KCP Ambarukmo serta pihak marketing BSM. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah pensiun dalam memilih *take over* pembiayaan ke BSM KCP Ambarukmo adalah faktor eksternal berupa aksesibilitas Bank dekat, pelayanan dan fasilitas yang maksimal, serta angsuran yang ringan. Selain itu ada juga faktor internal berupa faktor pribadi seperti kebutuhan akan dana, faktor religiusitas, dan faktor psikologis berupa ajakan dari teman. Dalam penelitian ini faktor yang paling dominan berpengaruh adalah faktor eksternal berupa angsuran yang lebih ringan. Selain itu, hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang digunakan BSM KCP Ambarukmo menggunakan strategi segmentasi, *targeting*, dan *marketing mix* dengan strategi unggulan *Direct Selling* atau mendatangi langsung rumah para pensiun.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Keputusan Nasabah, *Take Over* Pembiayaan, Strategi *Marketing*, Bank Syariah

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence pension customers in choosing take over financing to Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo. The benefits of this research as a reference can be used to improve marketing strategies. This study uses a type of field research. Triangulation used is triangulation technique that uses a questionnaire as a tool as well as theoretical triangulation using manual guidance on BSM pension financing products. Sampling is done using the Purposive Sampling method. Key informants in this study were retired customers from other banks who transferred their funding to BSM KCP Ambarukmo and BSM marketing. The results of this study indicate that the factors that influence retired customers in choosing take over financing to BSM KCP Ambarukmo are external factors in the form of close Bank take-over accessibility products, maximum service and facilities, and mild installments. In addition there are also internal factors such as personal factors such as the need for funds, religious factors, and psychological factors in the form of solicitation from fellow retired friends. In this study the most dominant factor influencing customers to choose take over financing to BSM KCP Ambarukmo is an external factor in the form of a low margin price so that the monthly installments are lighter than the previous bank. The marketing strategy used by BSM (KCP) Ambarukmo uses a strategy of segmentation, targeting, and marketing mix. In this study the superior strategy used by Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo is On The Spot or go directly from the house to the house of the pensioners made by the Sales Force.

Keywords: *Internal Factors, External Factors, Customer Decisions, Take Over Financing, Marketing Strategies, Islamic Banks*