dana yang dititipkan di bank syariah. Besarnya bonus tidak boleh diperjanjikan sebelumnya, akan tetapi tergantung pada kebijakan bank syariah.

Adapun karakteristik yang dimiliki dari akad wadi'ah yad dhamanah yaitu :

a. Harta dan barang yang dititipkan boleh dimanfaatkan oleh pihak yang menerim titipan.
b. Penerima titipan sebagai pemegang amanah. Meskipun harta yang dititipkan boleh dimanfaatkan, namun penerima titipan harus memanfaatkan harta titipan yang dapat dihasilkan keuntungannya.
c. Bank mendapatkan manfaat atas harta yang dititipkan, oleh karena itu penerima titipan boleh memberikan bonus. Bonus sifatnya tidak mengikat, sehingga boleh diberikan dan boleh juga tidak. Besarnya bonus tergantung pada pihak penerima titipan. bonus tidak boleh diperjanjikan pada saat kontrak, karena bukan merupakan kewajiban bagi penerima titipan.
d. Dalam aplikasi bank syariah, produk yang sesuai dengan akad wadiah yad dhamanah adalah simpanan giro dan tabungan.
e. Jumlah pemberian bonus sepenuhnya merupakan kewenangan manajemen bank syariah karena pada prinsipnya dalam akad ini penekanannya adalah titipan.[54]

---

[54] Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, Ed.1, 2011), hal. 65.

**3. Segmen Tabungan Faedah BRI Syariah IB**

Tabungan faedah BRI Syariah IB memiliki beberapa segmen, yaitu sebagai berikut:

a. Tabungan Faedah Segmen Regular BRI Syariah IB.

   Merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah individu, dengan dilengkapi dengan buku tabungan dan kartu ATM serta fasilitas internet banking, SMS banking, BRIS online, dan Cash Management System (CSM) sehingga memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun.

b. Tabungan Faedah Segmen Payroll BRI Syariah IB.

   Merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah kerjasama sebagai sarana pembayaran gaji/payroll karyawan dengan fitur khusus payroll.

c. Tabungan Faedah Segmen Siswa BRI Syariah IB (Co-Branding)

   Merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah kerjasama yang dapat digunakan sebagai kartu siswa atau kartu identitas dengan fitur co-branding.

d. Tabungan Faedah Segmen Bisnis Non Individu BRI Syariah IB.

   Merupakan produk tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah badan/non individu baik berupa badan hukum maupun non badan

hukum dengan dilengkapi buku tabungan untuk mempermudah transaksi bisnis nasabah.[55]

## F. Penelitian Terdahulu

Telah banyak karya yang membahas tentang pembiayaan murabahah baik berupa buku, skripsi, jurnal, maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Rohimah (2017) yang berjudul "Strtegi Pemasaran Produk Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Purbalingga".[56] Hasil dari penelitian ini adalah strategi yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga dalam memasarkan produk Tabungan Faedah dengan menggunakan langkah-langkah Srgmrnting, Targeting, Positioning. Sedangkan dalam penerapannya strategi yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga adalah jemput bola, open table, dan grebek pasar. Dan untuk mewujudkan perusahaan agar produk-produk BRI Syariah KCP Purbalingga lebih dikenal dan diminati oleh masyarakat perlu adanya peningkatan dalam mempromosikan setiap produknya.[57]

Ika Rizky Fitriana (2013) yang berjudul "Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah Study Kasus Pada PT BRI Syariah KCP Gubeg Surabaya".[58] Hasil dari penelitian ini adalah ada tiga aspek penting yang digunakan oleh bri Syariah KCP Gubeg Surabaya yaitu segmentasi pasar yang

---

[55] "Laporan Tahunan 2020 BRI Syariah", dalam https://www.ir-bankbsi.com/misc/AR/AR-BRIS-2020.pdf diakses pada 29 Juni 2021.

[56] Rohimah, *Strtegi Pemasaran Produk Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Purbalingga*, (Lampung: Skripsi Tidak Siterbitkan, 2017), hal. 6.

[57] *Ibid*, hal. 75.

[58] Ika Rizky Fitriana, *Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah Study Kasus Pada PT BRI Syariah KCP Gubeg Surabaya*, (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 7.

merupakan kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda. Kedua, targeting yang merupakan proses mengevaluasi setiap daya tarik segmen kemudian memilih salah satu atau lebih untuk dilayani. Ketiga, positionng yang merupakan tidakan perusahaan untuk merancang produk pemasaran agar tercipta kesan tertentu pada ingatan konsumen. Ketiga aspek yang digunakan diatas dapat menarik minat nasabah untuk memilih bank tersebut.[59]

Maulid Dini Chaerani (2018) Yang Berjudul "Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Faedah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Kota Batu".[60] Hasil dari penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang dilakukan oleh BRI Syariah KCP Batu adalah 4P yaitu Product, Place, Price, dan Promotion. Kendala yang dihadapi dalam menerapkan setrategi bauran pemasaran tersebut adalah ketatnya persaingan diantara bank pesain yang memiliki strategi lebih unggul, kendala yang kedua adalah kurang luasnya jaringan ATM pada BRI Syariah, kendala yang ketiga adalah kurang strategisnya lokasi kantor BRI Syariah KCP Batu yang terjepit dan menjorok ke dalam dengan lahan parkir yang miring.[61]

Riyanti (2021) yang berjudul "Strategi Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di BSI KC Kediri Di Masa

---

[59] *Ibid.*, hal. 76.

[60] Maulid Dini Chaerani ,"*Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Faedah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Kota Batu*", (Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal.4.

[61] *Ibid.*, hal 79.

Pandemi Covid-19".[62] Hasil dari penelitian ini adalah dalam membangun brand image yang positif dimata masyarakat BSI KC Kediri memperhatikan 5 faktor yaitu kualitas produk yang dimiliki, pengetahuan masyarakat mengenai produk tersebut, meningkatkan promosi menggunakan sosial media, serta senantiasa menjaga reputasi perusahaan dengan menyajikan pelayanan yang baik bagi nasabah. Strategi peningkatan minat yang digunakan adalah cost-leadership strategy, differentiation, dan focus strategy.[63]

Fajriyah Ulfah Rahmawati (2017) yang berjudul strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KCP Purbalingga".[64] Hasil penelitian ini adalah membahas tentang akad wadi'ah yang diterapkan di BRI Syariah KCP Purbalingga yaitu produk tabungan faedah, dimana simpanan ini bersifat titipan dan penarikannya dapat setiap saat dan bank memberikan bonus yang sifatnya sukarela kepada nasabah. Bahasan kedua, tentang strategi yang digunakan oleh BRI Syariah KCP Purbalingga dalam memasarkan produknya adalah menggunakan metode pendekatan dimana strateginya adalah strategi kekeluargaan, strategi jemput bola,, strategi open tabel, dan strategi grebek pasar.[65]

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama menelitio tentang strategi pemasaran, namun terdapat perbedaan pada penelitian dulu dengan sekarang yaitu pada penelitian sekarang peneliti lebih

---

[62] Riyanti, *Strategi Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di BSI KC Kediri Di Masa Pandemi Covid-19*, (Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2021), hal. 10.

[63] *Ibid.*, hal. 67.

[64] Fajriyah Ulfah Rahmawati, *strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KCP Purbalingga*, (Purwokerto: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 7.

[65] *Ibid.*, hal. 74.

fokus pada strategi menggunakan metode brand image yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Trade Center Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI syariah).

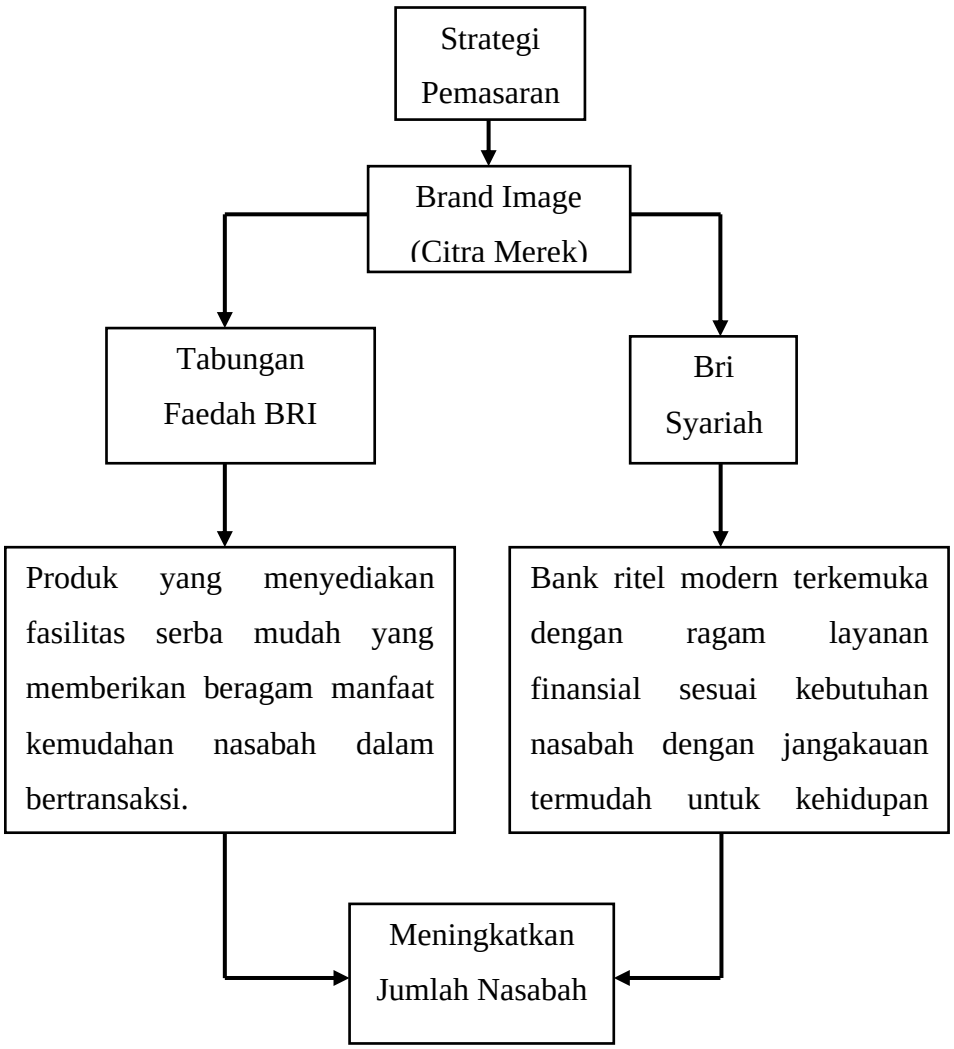
## G. Kerangka Konsep

Startegi pemasaran menggunakan metode brand image (citra merek) merupakan kategori strategi dalam positioning yaitu bagaimana posisi brand suatu produk tabungan faedah BRI Syariah di benak masyarakat. Brand image yang baik dan kuat akan mempengaruhi penualan dari suatu produk atau jasa, dalam hal ini semakin baik brand image dari tabungan faedah yang terbangun di mata masyarakat maka akan semakin memberi dampak peningkatan terhadap jumlah nasabah tabungan faedah BRI Syariah KK Tulungagung. dilakukan analisis mengenai bagaimana membangun brand iamage yang baik dengan strategi pemasaran menggunakan metode brand image pada tabungan faedah bri syariah KK Tulungagung . untuk menunjang proses penelitian agar tetap fokus pada penelitian maka disusun suatu kerangka dalam penelitian ini.

## H. Kerangka Konseptual

Gambar 1.1

Kerangka Konseptual



# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Jrnis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Menurut rokhmat Subagiyo, penelitian kualitatif disebut juga penelitian natural atau penelitian alamiah yang merupakan penelitian yang mengutamakan penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji, atau diukur dengan setepat-tepatnya, namun berupa data deskriptif yang nantinya dibuat dalam pernyataan naratif.[66] Metode kualitatif yaitu jenis penelitian untuk menekankan suatu makna dari objek yang diteliti. Informasi pada penelitian kualitatif adalah informasi deskriptif yang umumnya berbentuk kata-kata, gambar-gambar, atau rekaman.[67]

Pada penelitian ini mendeskripsikan kejadian yang didengar, dirasakan dari fenomena yang terjadi dilapangan. Jenis penelitian yang berupa data deskripstif ini sangatlah tepat digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan masalah atau gejala-gejala terkait permasalahan yang terjadi dilokasi penelitian, yag datanya diperoleh melalui survey maupun wawancara secara langsung. Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif adalah untuk menganalisis terkait permasalahan yang diteliti yaitu mengenai strategi pemasaran menggunakan metode *Brand*

---

[66]Rokhmat Subagiyo, *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep Dan Penerapan,* (Jakarta:Alim's Publishing, 2017), hal. 158

[67] Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2017), Hal. 9

*Image* untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah).

**2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah deskriptif karena penelitian ini merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Suatu penelitian deskriptif dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan atau gejala-gejala lainnya sesuai keadaan yang ada, sehingga dapat membantu dalam memperkuat teori lama, atau di dalam kerangka penyusunan teori-teori baru.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian deskriptif kualitatif yaitu metode penelitian yang menggambarkan keadaan obyek, suatu kondisi atau lingkungan tertentu untuk menganalisa secara umum permasalahan serta fenomena yang terjadi secara sistematis. Dengan kata lain penelitian ini hanya menggambarkan fenomena penelitian apa adanya dari sumber data berupa tulisan, perilaku ataulisa. Dalam penelitian ini bermaksud untuk mengumpulkan data terkait permasalahan yang diteliti dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) dan Nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah IB.

## B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung yang sekarang sudah bertransisi berganti nama

menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). yang beralamat di Ruko Panglima Sudirman Trade Center Blok A1, Jl. Hasanuddin, Kenayan, Kec. Tulungagung Kab. Tulungagung. Pada saat peneliti melakukan penelitian ini sistem yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRISyariah) masih tetap menggunakan sistem lama yang dimiliki oleh BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung, begitu juga mengenai produk-produk yang ada juga masih menggunakan produk BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung meskipun nama banknya sudah bertransisi dari BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia.

Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex BRISyariah) karena lokasinya yang berada di tengah kota serta mudah dijangkau untuk semua masyarakat. Dilihat dari data jumlah nasabah terlihat bahwa Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex Bri Syariah) ini mempunyai nasabah yang banyak dan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan jumlah nasabah secara signifikan.

## C. Kehadiran Peneliti

Peneliti bertindak sebagai instrument utama. Dalam penelitian kualitatif kehadiran penelitian sangat diperlukan guna untuk memudahkan mencari temuan yang ada dilapangan. Instrumen lain selain peneliti bisa dilakukan,

tetapi fungsinya sekedar sebagai pendukung data yang telah dikumpulkan oleh peneliti.[68]

Dalam hal ini peneliti mewawancarai para narasumber dan informan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Wawancara dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex Bri Syariah) yang beralamat di Ruko Panglima Sudirman Trade Center Blok A1, Jl. Hasanuddin, Kenayan, Kec. Tulungagung Kab. Tulungagung, kehadiran peneliti secara langsung akan menjadi tolak ukur keberhasilan untuk memahami masalah yang akan diteliti

## D. Data dan Sumber Data

Terdapat dua teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu data primer, dan data skunder.

a. Data primer

   Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan bagian Supervisor pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex Bri Syariah).

b. Data Sekunder

   Data Sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data

[68] Hardani, dkk. *"Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif"*(Yogyakarta : Pustaka Ilmu, 2020), hal 273

diperoleh dari laporan jumlah nasabah per tahunnya. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan ataupun laporan historis yang tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.[69]

## E. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dalam melakukan penelitian adalah mendapatkan data atau informasi maka langkah yang diambil peneliti adalah dengan cara pengumpulan data. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan beberapa cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

1. Pengamatan atau *Observasi Pertisipatif*

   Observasi merupakan suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis, mengenai fenomenal social dengan gejala-gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan. Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memperhatikan secara akurat, mencatatat fenomena yang muncul, dan mempertimbangkan hubungan partisipatif dalam fenomena tersebut.[70] Dalam teknik ini peneliti mengamati secara langsung terhadap subjek penelitian, dimana peneliti ikut langsung dalam kegiatan penelitian.

2. Wawancara Mendalam atau *In-depth Interview*

   Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari

---

[69] Nur Indriyantoro dan Bambang Supomo , *"Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi & Manajemen",* (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2009), hal 14

[70] Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif:Teori dan Praktik, Ed. 1, Cet. 2,* (Jakarta:Bumi Aksara, 2014), 143.

responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.[71]

Dalam jenis wawancara ada beberapa macam yitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak tersetruktur. Peneliti menggunakan jenis wawancara terstruktur. Dengan wawancara terstruktur setiap responden diberikan pertanyaan yang sama dan peneliti akan mencatatnya. Peneliti akan menyiapkan pertanyaan yang sudah disusun sebelumnya untuk memudahkan proses wawancara dan memperoleh hasil yang diinginkan.[72] Dan yang Peneliti mewawancai merupakan bapak Moh F Roziq jabatan di BRI Syariah sebagai Cash OUTlet Spv . dan juga nasabah BSI Syariah.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentu tulisan, gambar atau karya-karya misalnya catatan harian, biografi, sketssa.[73] Peneliti juga menggunakan metode dokumentasi selama penelitian berlangsung di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung.

## F. Teknik Analisis Data

---

[71] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. (Bandung: ALFABETA, 2015), 137-138.

[72] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: ALFABETA, 2015), 317.

[73] Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung:Alfabeta, 2012), hal. 422.

Menurut Bogdan sebagaimana dikutip oleh Sugiyono analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Sedangkan menurut Susan Stainback sebagaimana yang dikutip oleh Rokhmat Subagiyo, analisis data adalah suatu hal yang kritis dalam penelitian kualitatif. Maksudnya adalah analisis yang diberikan digunakan untuk memahami hubungan dan konsep dalam data sehingga hipotesis yang telah disebutkan di awal dapat dikembangkan dan dievaluasi.

Terdapat tiga tahapan dalam menganalisis data penelitian khususnya penelitiana kualitatif. Ketiga tahapan tersebut yaitu :

1. Reduksi Data

Menurut Sugiyono reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema serta pola data. Sementara menurut Rokhmat Subagiyo, reduksi data adalah kegiatan meringkas, memilah, memilih hal-hal pokok dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dari data yang diperoleh dari lapangan.

2. Penyajian atau Paparan Data

Menurut Miles dan Huberman paparan data adalah sekumpulan dari informasi yang tersusun dan memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Paparan data dipakai untuk lebih meningkatkan pemahaman kasus yang didapatkan dalam penelitian dan sebagai pedoman untuk melakukan, dan data ditampilkan dalam bentuk

paparan atau uraian yang mudah difahami. Dalam penelitian kualitatif, yang paling sering dugunakan untuk penyajian data adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah jawaban atas fokus penelitian berdasarkan hasil analisis data. Kesimpulan dalam penelitian dapat menjadi jawaban atas fokus penelitian yang dirumuskan diawal. Hasil kesimpulan yang ditampilkan dapat berupa deskriptif objektif, penelitian berdasarkan hasil kajian penelitian yang dilakukan.

## G. Pengecekan Keabsahan Temuan

Untuk memperoleh data yang nilai keabsahannya mempunyai validitas maka dilakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Perpanjangan kehadiran: peneliti memperpanjang masa observasi dan wawancara untuk memperoleh data yang valid dari lokasi penelitian. Disini peneliti tidak hanya sekali datang untuk mendapatkan informasi yang berbeda dari para informan sampai jawaban yang keluar seperti jawaban yang pertama kali.
2. Triangulasi: peneliti berusaha mengkaji data dengan mengkaji beberapa sumber dan metode serta peneliti mengadakan pengecekan dengan teori yang dikemukakan para ahli.
3. Pendiskusian teman sejawat: peneliti berusaha menguji keabsahan data dengan mengadakan diskusi dengan beberapa teman terutama dengan teman peneliti yang membantu pengumpulan data di lapangan. Dalam hal

ini peneliti melakukan diskusi dengan teman yang ikut menemani dalam melakukan penelitian.

## H. Tahap-tahap Penelitian

Dalam penelitian ini ada beberapa tahapan penelitian yang perlu dilakukan agar proses penelitian lebih terarah, terfokus serta tercapai hasil yang diinginkan. Tahapan ini meliputi Empat Tahapan yaitu Tahap Persiapan, Tahap Pelaksanaan, Tahap Analisa Data, dan Tahap Pelaporan. Yakni Sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini peneliti mulai menyusun rancangan penelitian, memilih lapangan penelitian, mengurus perizinan, menilai lapangan dan menyiapkan bahan-bahan acuan penelitian, seperti mencari literasi dari perpustakaan maupun dari internet terkait dengan judul yang telah peneliti buat. Dan juga didalamnya proses penyusunan proposal untuk diajukan kepada Dosen Pembimbing.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan, di tahap ini peneliti berkunjung ke tempat penelitian untuk mengumpulkan informasi atau data sebanyak mungkin dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

c. Tahap Analisis Data

Setelah data-data terkumpul selanjutnya adalah menganalisis data, disini peneliti akan membandingkan data yang diterima dengan teori yang

> "saya rasa produk ini memiliki dampak positif untuk menambah jumlah nasabah soalnya saya sudah membuktikan sendiri dengan saya tahu apa kelebihan dari produk ini saya memutuskan untuk membuka rekening".[86]

b. Price

Penetapan harga terkait biaya transaksi yang murah dan gratis biaya administrasi bulanan menjadi daya tarik tersendiri bagi tabungan ini, Pada harga yang ditawarkan Produk tabungan Faedah ini meliputi Ringan setoran awal Rp100.000, Gratis biaya administrasi bulanan. Gratis biaya Kartu ATM bulanan, Ringan biaya tarik tunai, transfer, debit dan cek saldo di seluruh jaringan ATM BRI, Bersama & Prima (jika saldo sebelum transaksi lebih besar sama dengan Rp500.000, maka diskon 50% untuk biaya transaksi e-channel) dan terdapat pemberian bonus dengan ketentuan 1% jika saldo yang dimiliki lebih dari Rp. 1.000.000,-. Pada strategi penetapan harga dapat dampak yang positif yaitu peningkatan jumlah nasabah karena kemurahan dan keuntungan yang ditawarkan. hal ini dipaparkan oleh hal ini dipaparkan oleh bapak Mohammad Fachrun Roziq selaku Supervisior dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah), sebagai berikut:

> "pada tabungan faedah ini mengandalkan kelebihan yaitu biaya sangat murah yang berbeda dari tabungan serupa di bank lain, dan pada tabungan faedah ini terdapat sistem pemberian bonus yang diberikan oleh bank kepada nasabah yaitu sebesar 1% jika saldo yang dimiliki diatas Rp. 1.000.000,-. image yang beredar dimasyarakat mengenai fasilitas kemudahan dan kemurahan yang diberikan menjadikan peningkatan jumlah nasabah yang cukup

[86] Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

signifikan karena masyarakat cenderung memilih produk yang murah dengan menyediakan kualitas yang sesuai dengan keinginannya, hal inilah yang menjadi daya tarik dari tabungan faedah "[87]

Hal tersebut juga diperkuat dengan pemaparan pendapat dari Ibu Dwi Riskiana Safitri selaku nasabah 1 tabungan faedah BRI Syariah Ib. Sebagai berikut:

"sistem potongan harga pada setiap transaksi tabungan faedah ini saya rasa cukup murah dibanding dengan bank lain, apalagi saya yang sering sekali melakukan transer ke bank lain karena kebutuhan bisnis sangat terbantu"[88]

Hal terdebut juga diperkuat dengan poemaparan pendapat dari Ibu Nisa selaku nasabah 2 Sebagai berikut:

"saya tertarik menggunakan produk tabunan ini selain fasilitas yang ditawarkan saya juga mempertimbangkan potongan harga yang ada pada setiap transaksi dan alhamdulillah potongannya sangat murah sekali"[89]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Suprihatin selaku nasabah 3 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

"sistem potongan biaya yang murah sekali saat transaksi membuat saya nyaman dan lebih memilih produk tabungan faedah ini"[90]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Sindi Dwi selaku nasabah 4 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

"saya tertarik dengan tabungan syariah yang dimiliki Bank BRI Syariah ini karena ringan biaya transaksinya"[91]

---

[87] Wawancara dengan Bapak Mohammad Fachrudin Rozik (Supervisor) pada tanggal 9 Juli 2021.

[88] Wawancara dengan Ibu Dwi Riskiana Safitri (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[89] Wawancara dengan Ibu Nisa Fitria (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[90] Wawancara dengan Suprihatin (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[91] Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

c. Promotion

Promosi yang dilakukan pada tabungan faedah ini menggunakan 4 (empat) cara yaitu positioning, periklanan (advertising), penjualan pribadi (personal selling) dan mewajibkan nasabah pembiayaan membuka rekening pada Tabungan Faedah BRI Syariah Ib. Dimana hal tersebut sangat dapat membant tersampainya brannd image tabungan faedah BRI Syariah Ib dimata masyarakat dengan baik. Dalam segi promosi ini terdapat dampak positif dan negatif . dampak positif yang diberikan ialah dengan strategi promosi yang tepat sasaran akan membuat masyarakat menyadari tentang brand image yang dimiliki Tabungan Faedah BRI Syariah Ib dan mengakibatkan masyarakat akan mengambil keputusan untuk menjadi nasabah. Sedangkan dampak negatifnya adalah rendahnya pengetahuan masyarakat tentang apa itu bank syariah dan bagaimana sistem dari bank syariah itu serta produk-produk apa saja yang dimiliki membuat produk Tabungan Faedah BRI Syariah Ib dianggap sama dengan produk bank lain bahkan dianggap masih sama dengan bank konvensional.

hal ini dipaparkan oleh hal ini dipaparkan oleh bapak Mohammad Fachrun Roziq selaku Supervisior dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah), sebagai berikut:

> “promosi yang kami lakukan untuk memasarkan produk tabungan faedah ini adalah yang pertama positioning dimana kami berusaha menanamkan kepada masyarakat bahwa tabungan faedah ini menjadi produk yang berbeda dan satu-satunya yang menawarkan berbagai macam kelebihan untuk memudahkan transaksi nasabah,

selanjutnya yang kedua adalah periklanan yang kami jalankan melalui media sosial seperti sudah disedikan website resmi terkait produk tabungan faedah ini sehingga masyarakat dengan mudah dapat mengakses informasi mengenai tabungan faedah melalui website, selnjutnya adalah penjualan pribadi dimana biasanya kami selalu melakukan grebek pasar yang dilakukan di setiap minggunya, tempat yang kami pilih tentunya berbeda-beda untuk menjangkau masyarakat lebih luas lagi, dengan strategi ini kami dapat dengan jelas menjelaskan dan jika masyarakat ada yang bingung kami bisa cepat memberikan penjelasan lebih rinci dan dapat lebih dekat dengan para calon nasabah, dengan kedekatan tersebut nasabah akan merasa puas dan akan membawa dampak baik bagi bank yaitu mereka akan mempromosikan bank kami ke tetangga, saudara dan lingkungan dekatnya untuk menggunakan jasa perbankan yang kami miliki dan yang terakhir adalah strategi pemasaran yang mewajibkan nasabah pembiayaan membuka rekening pada tabungan faedah untuk memudahkan pembayaran angsurannya, kalau ini termasuk kebijakan dari pusat jadi kami hanya menjalankan saja. strategi promosi yang kita jalankan memperoleh tanggapan yang berbeda-beda, ada yang tertarik dan antusias memperhatikan penjelasan kami, ada juga yang biasa saja, dan ada juga yang terkesan menolak karena mungkin kurangnya pemahaman mereka mengenai penjelasan yang kami berikan sehingga masih menganggap bahwa produk yang kami tawarkan tidak ada istimewanya dan sama saja dengan produk bank lain. Namun hal itu bukan penghalang bagi kami untuk terus membranding tabungan faedah ini sampai benar-benar diterima oleh masyarakat”[92]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Dwi Riskiana Safitri selaku nasabah 1 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

“strategi pemasaran yang saya dapatkan waktu itu adalah melalui website, pada saat itu saya ingin membuka tabungan syariah lalu saya browsing di google dan menemukan tabungan faedah ini beserta kelebihan fasilitas kemudahan yang ditawarkan”.[93]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Nisa selaku nasabah 2 Tabungan Faedah BRI Syariah Ib. Sebagai berikut:

---

[92] Wawancara dengan Bapak Mohammad Fachrudin Rozik (Supervisor) pada tanggal 9 Juli 2021.

[93] Wawancara dengan Ibu Dwi Riskiana Safitri (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

> "strategi pemasaran yang saya rasakan adalah terkait dengan citra produk dari tabungan faedah ini, sepertinya bank mengemas produknya dengan sangat baik dan sesuai dengan apa yang dipromosikan sehingga menumbuhkan dipikiran saya bahwa tabungan faedah ini sangat baik dan layak untuk saya gunakan"[94]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Suprihatin selaku nasabah 3 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "menurut saya strategi promosi yang digunakan ini berdampak baik untuk saya karena mudah mengakses internet jadi saya tahu informasi tentang Tabungan Faedah dari internet, mungkin dampak negatifnya masih banyak yang menganggap bahwa produk tabungan faedah ini masih sama dengan produk wadi'ah yang dimiliki bank lain karena kurangnya pengetahuannya".[95]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Sindi Dwi selaku nasabah 4 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "menurut saya promosi yang dilakukan cukup bagus mbak, kalau untuk dampak negatifnya mungkin karena pandemi jadi makin sulit untuk dilakukan pemasaran secara langsung".[96]

d. Place

Lokasi Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah) ini cukup strategis dan bahkan sangat mudah dijangkau pada wilayah Tulungagung. Dalam hal lokasi, pada Tabungan Faedah BRI Syariah Ib ini memberikan dampak positif dan negatif bagi peningkatan jumlah nasabah. Untuk dampak positifnya adalah letaknya yang strategis berada di pusat kota dan pusat bisnis sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat luas. sedangkan dampak negatifnya adalah ada nasabah yang rumahnya berada di pedesaan sehingga jarak

---

[94] Wawancara dengan Ibu Nisa Fitria (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.
[95] Wawancara dengan Ibu Suprihatin (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.
[96] Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

tempuh yang jauh ketika ingin melakukan transaksi dibank. hal ini dipaparkan oleh bapak Mohammad Fachrun Roziq selaku Supervisior dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah), sebagai berikut:

> "selain mengandalkan brand image yang beredar dimasyarakat, lokasi kantor kami ini juga menjadi daya tarik bagi calon nasabah, karena letak kantor yang berada diantara pusat bisnis sehingga dapat dijangkau dengan mudah oleh masyarakat luas, selain itu kami juga memiliki area parkir yang luas sehingga dapat dengan mudah dijangkau oleh masyarakat baik pengguna motor maupun mobil".[97]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Dwi Riskiana Safitri selaku nasabah 1 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "lokasi dari bank ini sudah strategis karena bertempat di antara banyak toko-toko dan lingkungan sini cukup sering banyak dikunjungi".[98]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Nisa selaku nasabah 2 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "lokasi dari bank ini cukup strategis berada ditengah kota dan sudah ada di google map"[99]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Suprihatin selaku nasabah 3 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "letaknya yang strategis berada di pusat kota dan pusat bisnis sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat luas. Tetapi karena rumah saya jauh dari kota membuat jarak tempuh yang jauh ketika

---

[97] Wawancara dengan Bapak Mohammad Fachrudin Rozik (nSupervisor) pada tanggal 9 Juli 2021.

[98] Wawancara dengan Ibu Dwi Riskiana Safitri (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[99] Wawancara dengan Ibu Nisa Fitria (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

> ingin melakukan transaksi dibank, hal ini juga menjadi salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan nasabah lain"[100]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Sindi Dwi selaku nasabah 4 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "saya rasa untuk lokasi ini memiliki dampak positif bagi nasabah yang rumahnya sekitaran sini, tapi kalau untuk yang rumahnya jauh mungkin akan dipikir dua kali"[101]

e. People

People yang dimaksud disini adalah karyawan dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI syariah).

Dalam memasarkan produk, langkah pertama yaitu dengan cara meyakinkan anggota agar percaya kepada BRI Syariah. Marketing harus mempunyai daya tarik yang tinggi agar anggota nasabah puas akan hal yang disampaikan oleh marketing. Kemampuan pengetahuan yang baik akan menjadi kompetensi dasar dan pecitraan yang baik diluar. hal ini dipaparkan oleh bapak Mohammad Fachrun Roziq selaku Supervisior dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah), sebagai berikut:

> "kualitas SDM yang ada sangat mempengaruhi citra dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah), dengan citra perusahaan yang baik maka akan menumbuhkan juga brand image yang baik bagi produknya dalam hal ini adalah Tabungan Faedah BRI Syariah Ib, selain itu dengan baiknya pelayanan yang diberikan oleh CS, Teller maupun Satpam juga mempengaruhi keloyalitasan nasabah, jika nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan maka nasabah akan menjadi

---

[100] Wawancara dengan Ibu Suprihatin (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.
[101] Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

> loyal dan akan mempromosikan ke orang lain agar menjadi nasabah juga disini. Para karyawan disini diwajibkan memiliki untuk selalu melakukan 3s yaitu salam, senyum, sapa. Dan juga karyawan disini diwajibkan memiliki pemahaman yang mendalam tentang semua produk termasuk tabungan faedah. Tidak hanya bagian CS dan Teller saja, scurity juga dapat melakukan ini kepada calon nasabah yang datang dan membutuhkan informasi mengenai tabungan faedah"[102]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Dwi Riskiana Safitri selaku nasabah 1 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "saya sangat merasa dilayani dan disambut dengan hangat ketika datang ke bank karena semua pegawainya ramah membuat saya merasa nyaman dan merasa diistimewakan, padahal saya hanya nasabah biasa bukan nasabah prioritas"[103]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Nisa selaku nasabah 2 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "saya sangat nyaman ketika datang ke kantor karena cs nya sangat ramah dan sabar ketika menjelaskan mengenai tabungan faedah ini ke saya pada saat membuka rekening, pak satpamnya pun juga ramah membantu saya saat saya baru sampai dikantor dan terlihat kebingungan langsung dibantu dan diarahkan ke cs".[104]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Suprihatin selaku nasabah 3 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "menurut saya sikap dari karyawan itu berpengaruh ya mbak, kalau dalam melayani baik pasti nasabah akan merasa nyaman dan akan menjadi nasabah terus tapi kalau dalam melayani tidak baik nsabah akan kecewa dan bisa mengakibatkan nasabah tidak mau lagi pakai jasa bank itu walaupun tabungannya memiliki kualitas bagus"[105]

---

[102] Wawancara dengan Bapak Mohammad Fachrudin Rozik (Supervisor) pada tanggal 9 Juli 2021.

[103] Wawancara dengan Ibu Dwi Riskiana Safitri (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[104] Wawancara dengan Ibu Nisa Fitria (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[105] Wawancara dengan Ibu Suprihatin (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Sindi Dwi selaku nasabah 4 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "menurut saya keramahan dari karyawan itu sangat mempengaruhi calon nasabah dalam melakukan pembelian, karena mereka akan berfikir kalau pelayananannya saja sudah bagus pasti produk yang dimiliki juga bagus begitupun sebaliknya"[106]

f. Process

Proses pembukaan rekening Tabungan Faedah BRI Syariah ini sangat mudah dan syarat-syaratnya juga sangat gampang sehingga tidak menyulitkan para calon nasabah yang akan membuka rekening cukup dengan dengan mengisi formulir pembukaan rekening, melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk), melampirkan fotocopy NPWP(nomor pokok wajib pajak) jika tidak punya tidak masalah dan setoran awal sebesar Rp.100.000,-.

Hal ini dipaparkan oleh bapak Mohammad Fachrun Roziq selaku Supervisior dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah), sebagai berikut:

> "brand image kemudahan dalam bertransaksi tidak hanya kita implementasikan pada fitur layanan transaksi saja tetapi kemudahan itu juga kita terapkan pada saat pembukaan rekening, dengan seperti ini akan sangat mudah membuat persepsi baik di mata masyarakat bahwa tabungan faedah ini benar-benar memberikan kemudahan dalam segala hal mulai dari pembukaan sampai semua fitur layanan transaksi yang ada. Image bahwa Tabungan Faedah memberikan fasilitas serba mudah bagi nasabah mulai dari pembukaan rekening sampai dengan fasilitas yang diberikan banyak mempengaruhi peningkatan jumlah nasabah, namun pada fasilitas terkadang terjadi keluhan dari nasabah yaitu

[106] Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

pada jaringan internet banking yang terkadang eror membuat nasabah menjadi kurang nyaman akan hal ini"[107]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Dwi Riskiana Safitri selaku nasabah 1 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

"proses pembuatan rekening sangat mudah dan cepat saya mengisi formulir pendaftaran dan selanjutnya menyerahkan fotocopy KTP kepada CS dan menyiapkan setoran awal sebesar Rp. 100.000,- , selanjutnya tidak sampai 15 menit langsung jadi"[108]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Nisa selaku nasabah 2 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

"proses pembuatan rekening sangat mudah dan hemat waktu melalui pelayanan yang cepat dan baik saya tidak perlu menunggu lama waktu membuat rekening semua dimudahkan".[109]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Suprihatin selaku nasabah 3 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

"seperti yang saya ketahui bahwa tabungan faedah adalah tabungan serba mudah maka saya rasa tabungan ini memang pantas jika banyak diminati"[110]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Sindi Dwi selaku nasabah 4 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

"saya rasa tabungan ini memang pantas jika banyak diminati karena kemudahan yang diberikan, walaupun saya pernah mengalami sistem eror pada internet bangkingnya tapi tidak membuat saya kecewa akan produk tabungan faedah ini"[111]

---

[107] Wawancara dengan Bapak Mohammad Fachrudin Rozik (Supervior) pada tanggal 9 Juli 2021.

[108] Wawancara dengan Ibu Dwi Riskiana Safitri (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[109] Wawancara dengan Ibu Nisa Fitria (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[110] Wawancara dengan Ibu Suprihatin (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[111] Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

g. Phisical Evidence

Sarana dan prasarana dalam Tabungan Faedah BRI Syariah ini seperti halnya parkir yang cukup bersih dan cukup luas, pendingin ruanngan AC, dan fasilitas lain yang ada pada kantor Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah). Hal ini disampaikan oleh bapak Mohammad Fachrun Roziq selaku Supervisior dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah), sebagai berikut:

> "Sarana dan prasarana dalam Tabungan Faedah BRI Syariah ini seperti halnya parkir yang cukup bersih dan cukup luas, pendingin ruanngan AC, dan fasilitas lain seperti kursi yang nyaman dan ruangan nyaman untuk menunggu jika masih antri".[112]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Dwi Riskiana Safitri selaku nasabah 1 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "sarana dan prasarana yang disediakan sangat baik sehingga membuat saya nyaman ketika datang kekantor, seperti kursi yang nyaman, ac yang dingin dan tempat yang sangatbersih dan rapi".[113]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Nisa selaku nasabah 2 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "sarana dan prasarana yang saya ketahui tempatnya yangbersih, parkir yang luas, dan ruangan yang nyaman dan wangi"[114]

---

[112] Wawancara dengan Bapak Mohammad Fachrudin Rozik (Supervisor) pada tanggal 9 Juli 2021.

[113] Wawancara dengan Ibu Dwi Riskiana Safitri (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

[114] Wawancara dengan Ibu Nisa Fitria (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Ibu Suprihatin selaku nasabah 3 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "saya sangat puas dengan sarana dan prasarana yang diberikan, semua yang disajikan mencerminkan bagaimana tabungan brand image dari produk dan bagaimana citra perusahaan dalam melayani nasabah"[115]

Hal tersebut didukung oleh pernyataan pendapat dari Sindi Dwi selaku nasabah 4 Tabungan Faedah BRI Syariah IB. Sebagai berikut:

> "menurut saya sarana dan prasarana yang diberikan cukup membantu kebutuhan nasabahnya".[116]

## C. Temuan Penelitian

### 1. Temuan Tentang strategi yang digunakan dalam membangun brand image pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah).

Temuan penelitian tentang strategi yang digunakan dalam membangun brand image untuk meningkatkan jumlah nasabah pada tabungan Faedah ib di bank syariah indonesia kantor kas tulungagung trade center (Ex. BRI Syariah) yaitu mengenali dan mengedukasikan brand image tabungan faedah BRI Syariah kepada masyarakat dan memanfaatkan citra dari Bank syariah Indonesia Kantor kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah).

a. Mengenali dan mengedukasikan Brand Image Tabungan Faedah BRI Syariah kepada masyarakat.

---

[115] Wawancara dengan Ibu Suprihatin (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.
[116] Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

Brand image tabungan faedah adalah "Produk yang menyediakan fasilitas serba mudah yang memberikan manfaat kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi. Pentingnya melakukan edukasi menegani brand image yang melekat pada produk tabungan faedah. Dengan edukasi inilah cara untuk memperkenalkan dan menanamkan persepsi yang baik terhadap tabungan faedah. Hal ini berkaitan dengan keunggulan , kekuatan dan keuniukan dari Tabungan Faedah BRI Syariah IB.

b. Memanfaatkan Reputasi dari Perusahaan

Reputasi dari Bank BRI Konvensional selaku bank induk dan reputasi dari Bank Syariah Indoneia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) juga mempengaruhi dalam membangun brand image pada produk yang dimiliki yaitu produk tabungan feadah BRI Syariah Ib. Karena reputasi bank induk yang sudah bagus dan dipercaya oleh masyarakat hal ini memudahkan untuk membangun brand image pada tabungan faedah BRI Syariah Ib.

**2. Temuan Penelitian Tentang strategi pemasaran menggunakan metode brand image dapat meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah).**

Temuan penelitian tentang strategi pemasaran menggunakan metode brand image dapat meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex.

BRI Syariah) adalah dengan sudah terciptanya brand image positif pada Tabungan Faedah BRI Syariah Ib melakukan strategi pemasaran dalam memperluas pasar sasaran produk Tabungan Faedah BRI Syariah Ib dengan mengandalkan brand imagenya. Strategi yang digunakan adalah strategi marketing mix (Bauran Prmasaran) dimana Strategi ini dilakukan sebagai strategi pendukung untuk mengimplimentasikan strategi pemasaran dengan metode brand image pada Tabungan faedah BRI Syariah Ib. Strategi marketing mix terdiri dari 7P yaitu

a. *Product*

Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) mengandalkan kelebihan dan kelengkapan fitur-fitur layanan yang ada pada produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB suntuk membangun brand image yang positif dimata masyarakat luas.

b. *Price*

Pada penetapan harga, Tabungan Faedah BRI Syariah IB memang memiliki daya tarik tersendiri dan dikenal sebagai yang termurah diantara yang lain, karena meskipun penentuan harga adalah dari pusat namun tetap saja harga transaksi pada tabungan ini masih jadi yang termurah jika dbandingkan tabungan wadi'ah yang dimiliki bank lain.

*c. Promotion*

Terdapat empat strategi promosi yang dijalankan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI

Syariah). Pertama, positioning yaitu memposisikan tabungan faedah sebagai tabungan yang berbeda dan satu-satunya dalam memberikan kemudahan pada transaksi. Kedua, advertising yaitu peiklanan melalui media sosial seperti website. Ketiga, personal selling yaitu penjualan secara langsung seperti yang dilakukan yaitu grebek pasar. Dan yang keempat strategi dari pusat tentang nasabah pembiayaan diwajibkan membuka rekening Tabungan Faedah BRI Syariah IB yang digunakan untuk mempermudah membayar angsuran nasabah.

d. *Place*

Lokasi dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) ini sangat strategis yaitu berada ditengah kota dan berada ditengah-tengah pusat bisnis, hal ini menjadi salah satu daya tarik karena mudah dikenal oleh masyarakat luas melalui tempat yang strategis.

e. *People*

Kualitas SDM yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) ini sangat berpengaruh pada citra bank dan juga pada image produk yang dimiliki, karena jika kualitas SDM yang dimiliki berkesan baik dan memuaskan maka akan berdampak baik pula pada peningkatan jumlah nasabahnya.

f. *Process.*

Proses pembukaan rekening Tabungan Faedah BRI Syariah ini sangat mudah dan syarat-syaratnya juga sangat gampang sehingga tidak menyulitkan para calon nasabah, hal ini sebagai bukti bahwa brand image tabungan faedah yang memberikan fasilitas serba mudah dapat dirasakan mulai dari pembukaan rekening dan fitur layanan lain yang ada pada Tabungan Faedah BRI Syariah IB.

g. *Physical Evidance*

Bukti fisik ini tidak kalah penting untuk diperhatikan dan tentunya membawa pengaruh juga bagi keputusan calon nasabah dalam melakukan pembelian, bukti fisik ini mencakup sarana pendukung sepeti fasilitas yang disediakan dikantor tergolong sangat memadai, symbol perusahaan, visi dan misi, dan lain sebagainya yang termasuk sarana pendukung kegiatan perbankan yang ada.

Dengan ke tujuh strategi diatas mempermudah dalam pencapaian tujuan yaitu meningkatkan nasabah. Dan hasil wawancara menunjukkan dengan strtaegi marketing mix (bauran pemasaran) menjadi alasan terbesar mereka mengambil keputusan untuk menjadi nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah IB pada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex.BRI Syariah).

# BAB V

# PEMBAHASAN

## A. Pembahasan Tentang strategi yang digunakan dalam membangun brand image pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah).

**S**trategi yang digunakan dalam membangun brand image pada tabungan faedah di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) adalah sebagai berikut:

a. Mengenali dan Mengedukasikan Brand image Tabungan Faedah BRI Syariah kepada masyarakat.

Strategi peertama yang digunakan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) memperkenalkan apa saja kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh tabungan ini, dan fitur layanan apa saja yang didapatkan jika menjadi nasabah pada tabungan ini. Hal ini berkaitan dengan keunggulan , kekuatan dan keuniukan dari Tabungan Faedah BRI Syariah IB.

Brand Image dari Tabungan Faedah BRI Syariah IB adalah memberikan fasilitas serba mudah untuk nasabah, fasilitas tersebut meliputi fasilitas buku tabungan dan kartu ATM serta mempermudah dalam layanan digital banking dengan layanan Ibank dan BRIS Online, Sms Banking dan Cash Management Sistem (CMS), menyediakan sarana pembayaran gaji/payroll bagi karyawan, fitur e-banking yang didesain sedemikian rupa untuk memberikan pelayanan yang optimal bagi nasabah yang hendak

melakukan pembayaran online di situs e-commerce, Fitur e-banking yang dilengkapi menu ZISWAF yang dapat digunakan untuk pembayaran zakat, tabungan faedah dapat dipergunakan sebagai kartu identitas siswa karena dilengkapi dengan fitur co-brandinng. Selain itu Tabungan Faedah BRI Syariah memiliki ciri khas yang selalu menampilkan logo "FAEDAH" pada sampul depan buku tabungan dimana merupakan singkatan dari fasilitas serba mudah, dengan seperti itu diharapkan masyarakat akan lebih familiar dengan nama tabungan Faedah dan tertarik untuk melihat informasi tentang tabungan faedah dan selanjutnya tertarik untuk menjadi nasabah pada tabungan faedah.

Hal tersebut sebanding dengan pernyataan teori mengenai faktor-faktor yang membentuk brand image dari suatu produk adalah sebagai berikut:

1. Keunggulan asosiasi merek, adalah asosiasi merek dimana konsumen percaya bahwa atribut dan manfaat yang diberikan oleh merek tersebut akan dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan yang diinginkan dari konsumen sehingga konsumen akan membentuk sikap positif terhadap suatu merek.
2. Kekuatan asosiasi merek, adalah kesesuaian antara kuantitas dan kualitas yang ada dengan proses memikirkan tentang informasi suatu produk akan membuat konsumen mengeluarkan pengetahuan akan merek yang dimilikinya dan membandingkannya dengan merek yang sedang ditawarkan sehingga yang memiliki kekuatan lebih baik akan memenangkan hati konsumen.

3. Keunikan asosiasi merek, adalah merek yang memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri akan menarik hati konsumennya, hal inilah yang menjadikan alasan mengapa konsumen harus membeli merek tersebut.[117]

Adapun strategi mengenali dan mengedukasikan brand image Tabungan Faedah BRI Syariah Ib.kepada masyarakat yang diterapkan sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Ferrina Dewi Erna yaitu pengenalan brand image dengan mengandalkan keunggulan produk, kekuatan produk dn keunikan produk yang dimiliki oleh Tabungan Faedah BRI Syariah Ib.

b. Memanfaatkan Reputasi dari Perusahaan

Dari hasil wawancara mengenai **s**trategi yang digunakan dalam membangun brand image pada tabungan faedah di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) adalah memanfaatkan reputasi dari bank induk yaitu Bank BRI Syariah, dimana bank ini sudah lebih dulu dan lebih luas dikenal masyarakat serta memiliki citra baik dimata masyarakat. Hal itu sangat berpengaruh positif terhadap brand image dari Tabungan Faedah BRI Syariah Ib. Dengan adanya citra positif yang dimiliki Bank BRI Konvensional maka masyarakat sudah menaruh kepercayaannya terhadap bank tersebut apalagi masyarakat juga menganggap bahwa Bank BRI Syariah merupakan anak cabang dari Bank BRI Konvensional, keadaan seperti ini sangat menguntungkan bagi Bank

---

[117] Ferrina Dewi Erna, *Merek Dan Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008), Hal. 167.

Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) untuk membangun brand iamge yang dimiliki pada produknya.

Hal itu sesuai dengan yang disampaikan oleh Siswanto Sutojo mengenai reputasi perusahaan menjadi salah satu pegangan bagi banyak orang dalam mengambil berbagai macam keputusan penting. Contoh keputusan tersebut adalah membeli barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, berlangganan, dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.[118]

Adapun strategi memanfaatkan reputasi dari perusahaan yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Siswanto Sutojo bahwasanya citra yang terbentuk sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan keputusan pembelian terhadap produk Tabungan Faedah BRI Syariah Ib.

**B. Temuan Penelitian Tentang strategi pemasaran menggunakan metode brand image dapat meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah).**

BRI Syariah) mengimplikasikan penggunaan metode *brand image* pada strategi *Marketing Mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran memberikan pandangan kedalam strategi dasar utama dalam menghadapi para pesaing serta sekaligus untuk menetapkan keputusan teknis tertentu, Keputusan-keputusan

---

[118] Siswanto Sutojo, *Membangun Citra Perusahaan*, (Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka, 2004), Hal. 2.

ini merupakan apa yang sebenarnya diobservasi para pelanggan di pasar, yaitu tentang harga, kemampuan produk, pendistribusian, promosi, dan komunikasi serta jasa pelayanan. Sehingga dapat dikatakan bahwa bauran pemasaran merupakan strategi, taktik, alat pemasaran yang tersedia guna mempengaruhi pembeli. Tertdapat unsur-unsur bauran pemasaran yang dirumuskan sebagai berikut:

a. Product

Produk jasa merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk yang ditawarkan meliputi barang fisik, jasa, orang atau pribadi, tempat, organisasi dan ide. Jadi produk dapat berdampak untuk memuaskan pelanggan.[119]

Dalam produk Tabungan Faedah BRI Syariah Ib yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. BRI Syariah) menggunakan akad wadi'ah yad dhamanah. Untuk dapat membangun brand image yang posititf dimata masyarakat bank mengandalkan kelebihan dan kelengkapan fitur yang ada pada produk Tabungan Faedah BRI Syariah Ib.

Brand image yang melekat pada produk tabungan faedah ini adalah Sesuai dengan namanya "faedah" yaitu (fasilitas serba mudah) dimana produk ini memberikan beragam fasilitas kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi sehari-hari, proses branding produk pada tabungan

---

[119] M Nur Rianto Al Arif, "*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah",* (Bandung : Alfabeta, 2012), hal. 50-51

Faedah BRI Syariah sangat memberikan dampak positif, banyak sekali nasabah yang tertarik menjadi nasabah akibat brand image baik yang sudah terbentuk pada produk Tabungan Faedah BRI Syariah Ib. BRI Syariah selalu melakukan inovasi terobososan terbaru untuk memperbaiki sistem layanan digital yang disesuaikan dengan kebutuhan dari nasabah, apalagi dimasa pandemi seperti ini membuat masyarakat lebih memilih melakukan transaksinya menggunakan smartphone dari pada harus datang ke kantor Bank BRI Syariah dan untuk menghindari kerumunan akibat antrian. Dengan seperti ini maka akan terbentuk citra positif mengenai layanan digital yang kami berikan karena terdapat beragam fitur-fitur yang dapat menunjang kegiatan transaksi para nasabah apalagi sekarang untuk pembukaan rekening dapat dilakukan secara online dan mandiri oleh calon nasabah baru melalui internet banking

b. Price (harga)

Penentuan harga merupakan titik kritis dalam bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha/bisnis. Keputusan penentuan harga juga sangat signifikan di dalam penentuan nilai/manfaat yang dapat diberikan kepada pelanggan dan memainkan peranan penting dalam gambaran kualitas jasa. Keputusan penentuan tarif dari sebuah produk jasa baru harus memperhatikan beberapa hal. Hal yang paling utama adalah bahwa keputusan penentuan tarif harus sesuai dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Perubahan berbagai tarif di berbagai pasar juga harus dipertimbangkan lebih jauh lagi, tarif spesifik yang akan

ditetapkan akan bergantung pada tipe pelanggan yang menjadi tujuan pasar jasa tersebut.[120]

Untuk penentuan harga sebuah produk BRI Syariah mengikuti arahan dari kantor pusat, karena disini posisi BRI Syariah KK Kediri Tulungagung merupakan Kantor Kas saja. Meski begitu penentuan harga pada biaya transaksi Tabungan Faedah BRI Syariah Ib ini sangat amat lebih terjangkau jika dibandingkan dengan bank pesaing.

Penetapan harga terkait biaya transaksi yang murah dan gratis biaya administrasi bulanan menjadi daya tarik tersendiri bagi tabungan ini, Pada harga yang ditawarkan Produk tabungan Faedah ini meliputi Ringan setoran awal Rp100.000, Gratis biaya administrasi bulanan. Gratis biaya Kartu ATM bulanan, Ringan biaya tarik tunai, transfer, debit dan cek saldo di seluruh jaringan ATM BRI, Bersama & Prima (jika saldo sebelum transaksi lebih besar sama dengan Rp500.000, maka diskon 50% untuk biaya transaksi e-channel).

c. Promotion

Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Promosi tersebut juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi pemasaran, yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

---

[120]Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung, Alfabeta,2010), hal. 51-53

Promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) adalah yang pertama, *Positioning* yaitu menanamkan persepsi baik kepada masyarakat bahwa Tabungan Faedah BRI Syariah Ib menjadi produk yang verbeda dan satu-satunya yang menawarkan fasilitas serba mudah. Kedua, *Advertising* yaitu melakukan promosi melalui media sposial pada website resmi. Ketiga, Personal Selling yaitu penjualan pribadi seperti grebek pasar yang dilakukan disetiap minggunya untuk bisa menjangaku masyarakat luas secara lebih dekat. Keempat, strategi kebijakan dari pusat berupa nasabah pembiayaan harus membuka rekening pada Tabungn Faedah BRI Syariah Ib hal ini dapat menguntungkan bagi peningkatan jumlah nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah Ib.

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan , mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasaran. Secara rinci ketiga tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Menginformasikan (*Informing*), dapat berupa: menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru, memperkenalkan cara pemakaian yang baru dari suatu produk, menyampaikan perubahan harga kepada pasar, menjelaskan cara kerja suatu produk, menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan, meluruskan kesan yang keliru, mengurangi ketakutan atau kekhawatiran pembeli, dan membangun citra perusahaan.

2. Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*) untuk: membentuk pilihan merek, mengalihkan pilihan ke merek tertentu, mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut, produk, mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga, dan mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesmen*)
3. Mengingatkan (*reminding*), dapat terdiri atas: mengingatkan pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat, mengingatkan pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk perusahaan, membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan, dan menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.[121]

d. Place (tempat)

Lokasi berhubungan dengan keputusan yang dibuat oleh perusahaan mengenai di mana operasi dan stafnya akan ditempatkan, yang paling penting dari lokasi adalah tipe dan tingkat interaksi yang terlibat. Terdapat tiga macam tipe interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan yang berhubungan dengan pemilihan lokasi, yaitu sebagai berikut:

1. Pelanggan mendatangi penyedia jasa.
2. Penyedia jasa mendatangi pelanggan.
3. Penyedia jasa dan pelanggan melakukan interaksi melalui peraturan.[122]

---

[121] *Ibid.*, hal. 57-62
[122] *Ibid.*, hal. 55-57.

Pemilihan lokasi yang tepat memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap penjualan. Terutama perusahaan yang bergerak dibidang jasa khususnya perbankan. Oleh karena itu Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) beralamat di Ruko Panglima Sudirman Trade Center Blok A1, Jl. Hasanuddin, Kenayan, Kec. Tulungagung Kab. Tulungagung. Alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex Bri Syariah) karena lokasinya yang berada di tengah kota serta mudah dijangkau untuk semua masyarakat.

e. People

*People* dalam jasa ini adalah orang-orang yang terlibat langsungdalam menjalankan segala aktivitas perusahaan, dan merupakan faktoryang memegang peranan penting bagi semua organisasi. Oleh perusahaan jasa unsur *people* ini bukan hanya memegang peranan penting dalam bidang produksi atau operasional saja, tetapi juga dalam melakukan hubungan kontak langsung dengan konsumen.

kualitas SDM yang ada sangat mempengaruhi citra dari Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah), dengan citra perusahaan yang baik maka akan menumbuhkan juga brand image yang baik bagi produknya dalam hal ini adalah Tabungan Faedah BRI Syariah Ib, selain itu dengan baiknya pelayanan yang diberikan oleh CS, Teller maupun Satpam juga mempengaruhi keloyalitasan nasabah, jika

nasabah puas dengan pelayanan yang diberikan maka nasabah akan menjadi loyal dan akan mempromosikan ke orang lain agar menjadi nasabah juga.

Perilaku orang-orang yang terlibat langsung ini sangat penting dalam mempengaruhi mutu jasa yang ditawarkan dan image perusahaan yang bersangkutan. Elemen *people* ini memiliki 2 aspek, yaitu:

1. *Service People*

   Untuk organisasi jasa, *service people* biasanya memegang jabatan ganda, yaitu mengadakan jasa dan menjual jasa tersebut. Melalui pelayanan yang baik, cepat, ramah, teliti, dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan pelanggan terhadap perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan nama baik perusahaan.

2. *Customer*

   Faktor lain yang mempengaruhi adalah hubungan yang ada diantara para pelanggan. Pelanggan dapat memberikan persepsi kepada nasabah lain, tentang kualitas jasa yang pernah didapatnya dari perusahaan. Keberhasilan dari perusahaan jasa berkaitan erat dengan seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen dari sumber daya manusia.

   Pentingnya sumber daya manusia dalam pemasaran jasa telah mengarah perhatian yang besar pada pemasaran internal. Pemasaran internal semakin diakui perusahaan jasa dalam menentukan suksesnya pemasaran ke pelanggan eksternal. [123]

f. *Process* (proses)

---

[123]*Ibid.*, hal. 62-63.

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Selain itu keputusan dalam manajemen operasi adalah sangat penting untuk suksesnya pemasaran jasa. Seluruh aktifitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-tugas, jadwal-jadwal, mekanisme-mekanisme, aktifitas-aktifitas dan rutinitas-rutinitas dengan produk (barang atau jasa) disalurkan ke pelanggan. Pentingnya elemen proses ini khususnya dalam bisnis jasa disebabkan oleh persediaan jasa yang tidak dapat disimpan.[124]

Proses pembukaan rekening Tabungan Faedah BRI Syariah ini sangat mudah dan syarat-syaratnya juga sangat gampang sehingga tidak menyulitkan para calon nasabah yang akan membuka rekening cukup dengan dengan mengisi formulir pembukaan rekening, melampirkan fotocopy KTP (Kartu Tanda Penduduk), melampirkan fotocopy NPWP(nomor pokok wajib pajak) jika tidak punya tidak masalah dan setoran awal sebesar Rp.100.000,-. Brand image kemudahan dalam pembukaan tersebut dapat memberikan dampak positif yaitu pada peningkatan jumlah nasabah.

g. *Phisical Evidence*

Sarana fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan. Unsur-unsur yang termasuk didalam sarana

---

[124]*Ibid.*, hal. 64-65.

fisik antara lain lingkungan fisik dalam hal ini bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya yang disatukan dengan service yang diberikan seperti tiket, sampul, label dan lain sebagainya. Perusahaan melalui tenaga pemasarannya menggunakan tiga cara dalam mengelola bukti fisik yang strategis, yaitu sebagai berikut:

a. *An attention-creating medium*. Perusahaan jasa melakukan diferensiasi dengan pesaing dan membuat sarana fisik semenarik mungkin untuk menjaring pelanggan dari target pasarnya.
b. *As a message-creating medium*. Menggunakan simbol atau isyarat untuk mengkomunikasikan secara intensif kepada audiens mengenai kekhususan kualitas dari produk jasa.
c. *An effect-creating medium*. Baju seragam yang berwarna, bercorak, suara dan desain untuk menciptakan sesuatu yang lain dari produk jasa yang ditawarkan.[125].

Strategi yang diterapkan oleh Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) diatas dapat meningkatkan jumlah nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah Ib. Hal ini dapat dilihat dari perolehan jumlah nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah Ib selama periode 3 tahun terakhir yaitu pada tahun 2017-2019

[125]*Ibid.*, hal. 63-64.

| Tahun | Jumlah Nasabah |
|---|---|
| 2017 | 9.915 |
| 2018 | 11.886 |
| 2019 | 13.788 |

*Sumber: Laporan Keuangan BRI Syariah KK Tulungagung*

Berdasarkan paparan data diatas sangat terlihat jelas bahwa jumlah nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah IB KK Tulungagung selama 3 periode terakhir mulai dari tahun 2017 sampai dengan 2019 mengalami peningkatan secara signifikan. Pada tahun 2017 total jumlah nasabah adalah sebanyak 9.915 orang, pada tahun 2018 total jumlah nasabah sebanyak 11.886 orang, pada tahun 2018 mengalami peningkatan total jumlah nasabah sebesar 1.971 orang, kemudian pada tahun 2019 total jumlah nasabah adalah sebanyak 13.788 orang, pada tahun 2019 ini mengalami peningkatan jumlah nasabah sebanyak 1.902 orang.

Berdasarkan teori mengenai strategi pemasaran di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex.BRISyariah) dalam menerapkan strategi pemasaran sudah sesuai dengan teori strategi pemasaran *Marketing Mix* 7P yaitu *Product, Price, Place and Promotion, People, Process, Physical Evidence* yang dapat meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah BRI Syariah IB.

# BAB VI

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Dari pembahasan sebelumnya dapat diambil kesimpulan, yaitu :

1. Strategi yang digunakan dalam membangun brand image pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah)

   Strategi yang digunakan dalam membangun *brand image* untuk meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah Ib di bank syariah indonesia kantor kas tulungagung trade center (Ex. BRI Syariah) yaitu pertama , pengenalan dan mengedukasikan *brand image* Tabungan Faedah BRI Syariah kepada masyarakat dimana *brand image* dari Tabungan Faedah BRI Syariah Ib adalah sesuai dengan namanya yaitu “FAEDAH” yang merupakan singkatan dari fasilitas serba mudah, Produk ini yang menyediakan fasilitas serba mudah yang memberikan manfaat kemudahan nasabah dalam bertransaksi, selanjutnya melakukan edukasi agar *brand iamge* tersebut dapat dipahami oleh nasabah, edukasi tersebut bisa dilakukan secara langsung maupun melalui brosur. Kedua dengan memanfaatkan citra dari Bank syariah Indonesia Kantor kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) karena dengan reputasi bank induk yang sudah bagus dan dipercaya oleh masyarakat hal ini memudahkan untuk membangun brand image pada tabungan faedah BRI Syariah Ib.

2. Strategi pemasaran menggunakan metode brand image dapat meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah).

Strategi pemasaran menggunakan metode *brand image* dapat meningkatkan jumlah nasabah pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) hal ini dibuktikan dengan wawancara terhadap nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah Ib yang hasilnya adalah *brand image* dari tabungan tersebut mempengaruhinya dalam mengambil keputusan menjadi nasabah. Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) mengimplikasikan penggunan metode *brand image* pada strategi *Marketing Mix* (bauran pemasaran) terdiri dari 7P yaitu product, price, place, promotion,people, process dan physical evidance. Yang mana : (a) *Product*, *brand image* dari produk sangat mempengaruhi keputusan calon nasabah dalam melakukan pembelian, (b) *Price*, *brand image* tentang fasilitas serba mudah, tertuang pada ringan biaya dalam setiap transaksi tentunya hal ini sangat memudahkan nasabah, (c) *Promotion, brand image* dari produk Tabungan Faedah BRI Syariah image sangat berpengaruh bagi kegiatan promosi yang dilakukan hal ini juga mempengaruhi keputusan pembelian nasabah, promosi yang dilakukan 4 (empat yaitu) *positioning, advertising, personal selling*, dalam hal ini yang dilakukan adalah grebek pasar, dan menerapkan kebijakan pusat tentang nasabah pembiayaan harus membuka rekening Tabungn Faedah BRI Syariah Ib yang digunakan sebagai pembayaran angsuran (d) *place*, untuk lokasi yang strategis dan

mudah dijangkau memberi poin tersendiri bagi Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah), (e) *people*, dengan SDM yang berkualitas sangat mempengaruhi citra dari perusahaan dan mempengaruhi brand image dari produk yang dimiliki, (f) *process*, brand image Tabungan Faedah BRI Syariah Ib juga dibuktikan pada kemudaan pada pembukaan rekening dan pada semua jenis fitur fasilitas yang disediakan, (g) *physical Evidance*, sarana dan prasarana yang diberikan mempengaruhi citra perusahaan dan tentunya brand image dari produknya.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan diatas, saran yang dapat diberikan adalah:

1. Saran untuk Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah)
   a. Pihak bank seharusnya melakukan strategi promosi secara langsung tidak hanya melalui grebek pasar namun bisa dilakukan strategi lain seperti jemput bola, dengan strategi tersebut maka pengetahuan masyarakat awam mengenai brand image dari Tabungan Faedah BRI Syariah Ib dapat tersampaikan dengan baik dan lebih bisa diterima.
   b. Pihak bank seharusnya memperbaiki layanan sistem pada internet banking yang terkadang eror seperti yang dikeluhkan nasabah, karena pada masa pandemi seperti ini nasabah banyak yang lebih memilih bertransaksi menggunakan internet banking karena bisa

dilakukan dimana saja tanpa perlu mengantri ke bank untuk menghindari adanya kerumunan.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya.

   Diharapkan agar waktu yang digunakan untukk penelitian ini tidak singkat atau dengan kata lain membutuhkan waktu yang relatif lama karena harus memastikan apakah pihak bank yang akan diteliti mempunyai waktu dalam proses wawancara penelitian tentang strategi pemasaran yang diterapkan dan memberikan data-data seperti data jumlah nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah Ib .

# DAFTAR PUSTAKA


Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta. Gema Insani Press.

Arif, M Nur Rianto Al. 2012. "*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah".* Bandung. Alfabeta

Bank BSI. Sejarah Perseroan dalam www.brisyariah.co.id. diakses pada 6 Maret 2021

Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif, Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.

Chaerani, Maulid Dini. 2018. *Strategi Bauran Pemasaran Produk Tabungan Faedah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Kota Batu*. (Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan).

Danim, Sudarwan. 2002. *Menjadi peneliti kuantitatif, Ancangan Metodologi, presentasi, dan Publikasi hasil penelitian untuk mahasiswa dan peneliti pemula bidang ilmu social, pendidikan dan humaniora*. Bandung. CV Pustaka Setia.

Entaresman, R Ajeng dan Pertiwi, Desy Putri. 2016. *"Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Produk Tabungan Hasanah di PT.Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang X".* Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Vol.9 No.1

Erna, Ferrina Dewi. 2008. *Merek dan Psikologi Konsumen*. Jakarta. Graha Ilmu

Fajrina, Rani Sherly. 2012. *Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Komunikasi Wprd-Of-Mouth Terhadap Pembuatan Keputusan Melamar Kerja*. (Jakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan)

Fandy, Tjiptono dan Gregorius, Chandra. 2012. *"Pemasaran Satrategik*". Yogyakarta. CV.Andi.

Fitriana, Ika Rizky. 2013. *Penerapan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Faedah Study Kasus Pada PT BRI Syariah KCP Gubeg Surabaya*. (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan)

Freddy, Rangkuti. 2006. *Measuring Customer Satisfaction, (Teknik Mengukur Dan Strategy Meningkatkan Kepuasan Nasabah), Serta Analisis PLN JP*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik, Ed. 1, Cet. 2*. Jakarta. Bumi Aksara.

Hardani. 2020. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.* Yogyakarta. Pustaka Ilmu.

Hasan, Ali. *2010."Marketing Bank Syariah*".Bogor. Ghalia Indonesia.

Hasan, Zubairi. 2009. *Undang-Undang Perbankan Syariah: Titik Temu Hukum Islam Dan Hukum Nasional, Ed. 1*. Jakarta. Rajawali Pers.

Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta. Erlangga.

Huda, Nurul dan Heykal, Muhamad. 2010. *Lembaga Keuangan Islam*. Jakarta.Prenada Media Group.

Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung. Alfabeta.

Indriyantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2009. *"Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akutansi & Manajemen".* Yogyakarta. BPFE Yogyakarta.

Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta. Kencana Prenadamedia Group.

Karim, Adiwarman. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.

Kasmir. 2016. *Etika Customer Service*. Jakarta. PT Raja Grafindo.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua belas*. Jakarta. PT Index.

Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta. Graha Ilmu.

Laporan Keuangan BRI Syariah KK Tulungagung.

Laporan Tahunan 2020 BRI Syariah, dalam https://www.ir-bankbsi.com/misc/AR/AR-BRIS-2020.pdf diakses pada 29 Juni 2021.

Mauludianah. 2019. *Analisis strategi pemasaran tabungan mabrur di bank syariah mandiri kcp pandaan pasuruan.* Jurnal Ekonomi Islam. Universitas Yudharta Pasuruan.

Moleong, Lexy J. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Remaja Rosdakarya.

Muddatstsir, Uun Dwi Al. 2017.*"Implementasi Marketing Mix Tabungan Haji Pada PT.Panin Bank Syariah TbK Cabang Malang".* Junal Ekonomi dan Bisnis Vol.2 No.1.

Muhammad. 2018. *Manajemen bank syariah edisi kedua*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN Persada.

Muljiono, Djoko. 2015. *Buku Pintar Akuntansi Perbankan Dan Lembaga Keuangan Syariah.* Yogyakarta. Andi.

Otoritas Jasa Keuangan (Statistik Perbankan Syariah), Januari 2021 dalam https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Documents/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2021/SPS%20Januari%202021.pdf diakses tanggal 29 juni 2021.

Rahmawati, Fajriyah Ulfah. 2017. *Strategi pemasaran produk tabungan faedah dengan akad wadi'ah di BRI Syariah KCP PurbalinggA.* (Purwokerto: Skripsi Tidak Diterbitkan)

Rangkuti, Freddy. 2004. *"The Power of Brand", Teknik Mengelola Brand equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

Rifai, Moh. 2002. *Konsep Perbankan Syariah*. Semarang. Wicaksana.

Riyanti. 2021. *Strategi Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung Di BSI KC Kediri Di Masa Pandemi Covid-19*. (Ponorogo: Skripsi Tidak Diterbitkan)

Rohimah. 2017. *Strtegi Pemasaran Produk Tabungan Faedah di BRI Syariah KCP Purbalingga,* (Lampung: Skripsi Tidak Siterbitkan)

Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategis dan penelitian pemasaran, edisi 1*. Jakarta. Kencana.

Sjahdeini, Sutan Remy. 2007. *Perbankan Islam dan kedudukan dalam tata hukum perbankan Indonesia.* Jakarta. PT Pustaka Utama Grafiti.

Sofjan, Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Rajawali Pers.

Subagiyo, Rokhmat. 2017. *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Konsep dan Penerapan*. Jakarta. Alim's Publishing

Sudarsono, Heri. 2003. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta. Ekonisia

Sudarsono. 1992. *Pokok-Pokok Hukum Islam*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.

Suharto, Abdul Majid. 2009. *Customer Service dalam Bisnis dan Jasa Transportasi*. Yogyakarta. Raja Grafindo Persada.

Sutisna, 2001. *Perilaku Konsumen Dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Remaja rosdakarya.

Sutojo, Siswanto. 2004. *Membangun Citra Perusahaan*. Jakarta. PT Damar Mulia Pustaka.

Tjiptono, Fandy. 2015. Pemasaran strategik edisi 4. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Wawancara dengan Bapak Mohammad Fachrudin Rozik (Supervisor) pada tanggal 9 Juli 2021.

Wawancara dengan Ibu Rehana dwiba (Customer Service) pada tanggal 14 Juli 2021.

Wawancara dengan Ibu Dwi Riskiana Safitri (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

Wawancara dengan Ibu Nisa Fitria (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

Wawancara dengan Ibu Sindi Dwi (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

Wawancara dengan Ibu Suprihatin (nasabah) pada tanggal 9 Juli 2021.

www.brisyariah.co.id Diakses Pada 06 April 2021.

www.lps.go.id diakses pada 6 Maret 2021.

# LAMPIRAN-LAMPIRAN

**Lampiran 1:**

## Daftar Pertanyaan Wawancara

A. Daftar pertanyaan kepada Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex.BRISyariah) Untuk Judul Skripsi Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB Di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. Brisyariah).

1. Apa saja kelebihan dari Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
2. Fasilitas apa saja yang ada pada Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
3. Ketentuan apa saja yang ada pada Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
4. Apa yang membedakan Tabungan Faedah BRI Syariah IB dengan tabungan wadi'ah di bank lain?
5. Apa yang menjadi brand image pada Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
6. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
7. Bagaimana strategi dalam menumbuhkan brand image Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
8. Bagaimana tanggapan masyarakat pada saat diedukasi tentang Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
9. Bagaimana strategi pemasaran yang dijalan untuk memasarkan Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
10. Kendala apa yang dihadapi saat memasarkan Tabungan Faedah BRI Syariah IB?

B. Daftar pertanyaan kepada nasabah tabungan BRI Syariah IB Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex.BRISyariah). untuk Judul Skripsi Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB Di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. Brisyariah).

1. Apa yang anda ketahui tentang brand image Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
2. Apa yang membuat anda memutuskan menjadi nasabah pada Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
3. Apakah brand image Tabungan Faedah BRI Syariah IB ini mempengaruhi keputusan anda menjadi nasabah?
4. Fasilitas apa saja yang anda dapatkan saat Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
5. Apakah fasilitas yang ada dapat mempermudah transaksi anda?
6. Bagaimana kesan anda setelah menjadi nasabah Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
7. Adakah kekurangan yang anda rasakan pada Tabungan Faedah BRI Syariah IB?
8. Bagaimana pelayanan yang diberikan saat anda membuka dan bertransaksi Tabungan Faedah BRI Syariah IB?

**Lampiran 2:**

## DAFTAR INFORMAN PENELITIAN

Daftar informan untuk penelitian skripsi yang berjudul "Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. Brisyariah)"

1. Bapak Mohammad Fachrudin Rozik selaku Supervisor di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. Brisyariah).
2. Ibu Rihana Dwiba selaku Customer Service di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. Brisyariah).

**Lampiran 3:**

## DATA INFORMAN NASABAH

| No. | Nama | Jenis Kelamin | Keterangan |
|---|---|---|---|
| **1** | Dwi Riskiana Safitri | Perempuan | Nasabah |
| **2** | Suprihatin | Perempuan | Nasabah |
| **3** | Nisa Fitria | Perempuan | Nasabah |
| **4** | Sindi Dwi | Perempuan | Nasabah |

**Lampiran 4 :**

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jalan Mayor Sujadi Timur Nomor 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221
Telepon (0355) 321513, 321656 Faximile (0355) 321656
Website : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

Nomor : B-2113/In.12/F.IV.3/TL.00/7/2021 5 Juli 2021
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada

Yth. **Pimpinan BSI Tulungagung**
di
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Disampaikan dengan hormat, dalam rangka penyelesaian Program Sarjana (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, kami mengharap kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa di bawah ini:

Nama : Nofa Fitri Yuliana
NIM : 17401173103
Jur/Prodi : Perbankan Syariah

diberikan izin melakukan penelitian di tempat/lokasi Bapak/Ibu dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul:
*"Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah pada Produk Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah)".*

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kesediaannya disampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.
NIP. 196901312001121003

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung

**Lampiran 5:**

BSI BANK SYARIAH INDONESIA

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

***Assalamualaikum Wr. Wb.***

Semoga kita senantiasa mendapat limpahan Rahmat dan Salam dari Allah SWT, serta lindunganNya dan diberikan kemudahan dalam menunaikan tugas sehari-hari.

Yang bertanda tangan di bawah ini Cash Outlet Supervisor PT Bank Syariah Indonesia KK Tulungagung Trade Center menerangkan bahwa :

| | |
|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana |
| NIM | : 12401173103 |
| Jurusan | : Perbankan Syariah |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis Islam |

Telah mengadakan penelitian pada :

| | |
|---|---|
| Hari/tanggal | : 09 Juli 2021 |
| Tempat | : BSI KK Tulungagung Trade Center |
| Judul | : "STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE BRAND IMAGE UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PRODUK TABUNGAN FAEDAH IB BANK SYARIAH INDONESIA KK TULUNGAGUNG TRADE CENTER (EKS BRISYARIAH)" |

Skripsi Tersebut dibawah bimbingan :

| | |
|---|---|
| Nama | : Mohammad Fachrun Roziq |
| Jabatan | : Cash Outlet Supervisor |

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

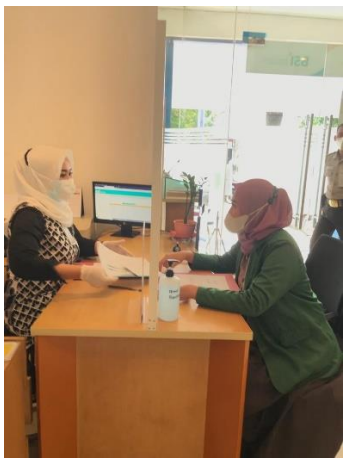
**PT BANK SYARIAH INDONESIA**
**KK TULUNGAGUNG TRADE CENTER**

BSI BANK SYARIAH INDONESIA KK TULUNGAGUNG TC

**Mohammad Fachrun Roziq**
**Cash Outlet Supervisor**

**Lampiran 6:**

**DOKUMENTASI**



**Lampiran 7**

## Pernyataan Keaslian Tulisan

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nofa Fitri Skripsi

NIM : 12401173103

Jurusan : Perbankan Syariah

Semester : VIII ( delapan )

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. Brisyariah) " ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian yang dirujuk sumbernya dan bebas dari plagiarisme. Apabila di kemudian hari terbukti bukan karya sendiri atau melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Tulungagung, 15 Juli 2021
Saya yang menyatakan,

Materai 6000

Nofa Fitri Yuliana
NIM. 12401173103

**Lampiran 8**

## Daftar Riwayat Hidup

**A. Identitas Diri**

| | |
|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana |
| Tempat, tanggal lahir | : Tulungagung, 16 Januari 1999 |
| Alamat Rumah | : Ds. Sumberingin Kulon Kec. Ngunut Kab. Tulungagung |
| Telepon/HP | : 087770199569 |
| Email | : nofafitri0116@gmail.com |
| Nama Ayah | : Mahmud |
| Nama Ibu | : Suprihatin |

**B. Riwayat Pendidikan**

| | |
|---|---|
| TK | : TK Tarbiyatussibyan Tanjung Lulus Tahun 2006 |
| SD/MI | : MI Tarbiyatussibyan Tanjung Lulus Tahun 2011 |
| SMP | : MTsN Tunggangri Lulus Tahun 2014 |
| SMA | : SMKN 1 Boyolangu Lulus Tahun 2017 |

**C. Pengalaman Organisasi**

1. –

**Lampiran 9**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Nama : Nofa Fitri Yuliana
NIM : 12402173103
Prodi : Perbankan Syariah
Pembimbing : Dr. Qomarul Huda, M.Ag
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah).

| No | Tanggal | Materi Konsultasi | Tanda Tangan Pembimbing |
|---|---|---|---|
| 1 | 26-01-2021 | BAB I, II, dan III | |
| 2 | 05-03-2021 | Revisi BAB I, II, dan III | |
| 3 | 24-04-2021 | Revisi BAB I, II, dan III | |
| 4 | 07-06-2021 | Revisi BAB I, II, dan III | |
| 5 | 21-06-2021 | Revisi BAB I, II, dan III | |
| 6 | 12-07-2021 | BAB I, II,III,IV,V dan VI | |
| 7 | 14-07-2021 | Revisi BAB III,IV, dan V | |
| 9 | 15-07-2021 | Acc Keseluruhan Bab | |

Tulungagung,15 Juli 2021
Ketua Jurusan

**MUHAMAD AQIM ADLAN, M.E.I**
NIP. 197404162008011008

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | : Selasa, 26-01-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :Bab I, II dan III | | |

**CATATAN PEMBIMBING**

1. Isi
   Revisi ulang dan perbaikan judul
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan
3. Metodologi
4. Catatan lain

| Tanda Tangan Pembimbing | Tanda Tangan Mahasiswa |
|---|---|
| | |

*)Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332

email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | :Jumat, 05-03-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :Bab I, II dan III | | |
| **CATATAN PEMBIMBING** | | | |
| 5. Isi<br>Revisi ulang dan perbaikan judul<br><br>6. Sistematika Penulisan dan Pengetikan<br><br>7. Metodologi<br><br>8. Catatan lain | | | |
| Tanda Tangan Pembimbing | | Tanda Tangan Mahasiswa | |
| | | | |

*)Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | :Sabtu, 24-04-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :Bab I, II dan III | | |

**CATATAN PEMBIMBING**

9. Isi
   Revisi ulang dan perbaikan judul
10. Sistematika Penulisan dan Pengetikan
11. Metodologi
12. Catatan lain

| Tanda Tangan Pembimbing | Tanda Tangan Mahasiswa |
|---|---|
| | |

*)Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | :Senin, 07-06-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :Revisi BAB I,II,III | | |

**CATATAN PEMBIMBING**

1. Isi
   Revisi ulang dan perbaikan judul
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan
3. Metodologi
4. Catatan lain

| Tanda Tangan Pembimbing | Tanda Tangan Mahasiswa |
|---|---|
| | |

*)Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | :Senin, 21-06-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :Revisi BAB I,II,III | | |

**CATATAN PEMBIMBING**

1. Isi
   Revisi ulang
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan
   Perbaikan penulisan footnote
3. Metodologi
4. Catatan lain

| Tanda Tangan Pembimbing | Tanda Tangan Mahasiswa |
|---|---|
| | |

Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skrips

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | :Senin, 12-07-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :BAB I,II,III,IV,V, dan VI | | |

**CATATAN PEMBIMBING**

1. Isi
   a. Revisi motto, persembahan dan latar belakang
   b. Revisi BAB III,IV,V
2. Sistematika Penulisan dan Pengetikan
3. Metodologi
4. Catatan lain

| Tanda Tangan Pembimbing | Tanda Tangan Mahasiswa |
|---|---|
| | |

Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | :Kamis, 14-07-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :BAB I,II,III,IV,V DAN VI | | |
| **CATATAN PEMBIMBING** | | | |
| 1. Isi<br>revisi pada fotnote<br>1. Sistematika Penulisan dan Pengetikan<br>2. Metodologi<br>3. Catatan lain | | | |
| Tanda Tangan Pembimbing | | Tanda Tangan Mahasiswa | |
| | | | |

Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skripsi

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung - Jawa Timur 66221 Telp. (0355) 325332
email: febi.iaintulungagung@gmail.com web : http://febi.iain-tulungagung.ac.id

**KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

| **IDENTITAS** | | | |
|---|---|---|---|
| Nama | : Nofa Fitri Yuliana | Jurusan | : Perbankan Syariah |
| NIM | : 12401173103 | Dosen Pembimbing | : Dr. Qomarul Huda, M.Ag |
| **JUDUL SKRIPSI** | | | |
| Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Brand Image Untuk Meningkatkan Jumlah Nasabah Pada Produk Tabungan Faedah BRI Syariah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung (Ex. Brisyariah). | | | |
| Hari & Tanggal Bimbingan | :Senin, 15-07-2021 | | |
| Materi Bimbingan | :BAB I,II,III,IV,V dan VI | | |
| **CATATAN PEMBIMBING** | | | |
| 2. Isi<br>Acc Keseluruhan Bab<br>4. Sistematika Penulisan dan Pengetikan<br>5. Metodologi<br>6. Catatan lain | | | |
| Tanda Tangan Pembimbing | | Tanda Tangan Mahasiswa | |
| | | | |

Harap dibawa dan diisi setiap konsultasi dan bimbingan skripsi