

ABSTRAK

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. Brisyariah)” di tulis oleh Nofa Fitri Yuliana, NIM. 12401173103, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung dibimbing oleh Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan semakin ketat yang harus dihadapi perbankan syariah di Indonesia setiap bank maka perlunya melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan jumlah nasabahnya. Dimana strategi pemasaran adalah suatu langkah-langkah yang harus di tempuh dalam memasarkan produk atau jasa perbankan yang ditujukan pada peningkatan penjualan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana strategi membangun brand image pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah)?, 2) Bagaimana 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)? Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisa strategi yang digunakan dalam membangun brand image pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah). 2) Untuk menganalisa 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).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengecekan data meliputi perpanjang kehadiran, triangulasi, dan pendiskusian teman sejawat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Strategi yang digunakan dalam membangun *brand image* pada Tabungan Faedah IB di Bank Syariah Indonesia Kantor Kas Tulungagung Trade Center (Ex. BRI Syariah) dengan mengenalkan dan mengedukasikan *brand image* Tabungan Faedah BRI Syariah kepada masyarakat agar mudah dipahami, serta memanfaatkan reputasi bank induk yang sudah bagus dan dipercaya oleh masyarakat hal ini memudahkan untuk membangun *brand image*. 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) dengan mengaplikasikan strategi *Marketing Mix* (bauran pemasaran) terdiri dari 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*.

Kata Kunci: *Srategi Pemasaran, Brand Image, dan Peningkatan jumlah Nasabah*

ABSTRACT

Thesis with the title “Marketing Strategy Using Brand Image Method to Increase the Number of Customers on the Faedah IB Savings Product at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Trade Center Cash Office (Ex. Brisyariah)” was written by Nofa Fitri Juliana, NIM. 12401173103, Department of Islamic Banking, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute. Qomarul Huda, M. Ag.

This research is motivated by the increasingly fierce competition that must be faced by Islamic banking in Indonesia, so it is necessary to carry out the right marketing strategy to increase the number of customers. Where the marketing strategy is a step that must be taken in marketing banking products or services aimed at increasing sales.

The focus of the research in this thesis is 1) How is the strategy to build a brand image on the Faedah IB Savings at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Trade Center Cash Office (Ex. BRI Syariah)?, 2) How is the marketing strategy using the brand image method to increase the number of customers in Faedah Savings IB at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Trade Center Cash Office (Ex. BRI Syariah)?. The objectives of this research are 1) To analyze the strategy used in building the brand image of the Faedah IB Savings at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Trade Center Cash Office (Ex. BRI Syariah). 2) o analyze the marketing strategy using the Brand Image method can increase the number of customers in the Faedah IB Savings at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Trade Center Cash Office (Ex. BRI Syariah).

This study uses a qualitative research type with a descriptive approach. The methods used in data collection are observation, interviews and documentation. Data checking techniques include extending attendance, triangulation, and peer discussion.

The results of this study indicate that 1) The strategy used in building a brand image on the Faedah IB Savings at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Trade Center Cash Office (Ex. BRI Syariah) is by introducing and educating the public about the BRI Syariah Faedah Savings brand image to make it easy to understand, and taking advantage of the parent bank's good reputation and being trusted by the public, this makes it easier to build a brand image. 2) The marketing strategy using the brand image method can increase the number of customers in the Faedah IB Savings at Bank Syariah Indonesia Tulungagung Trade Center Cash Office (Ex. BRI Syariah) by applying the Marketing Mix strategy (marketing mix) consisting of 7P, namely product, price, place, promotion, people, process and physical evidence.

Keywords: *Marketing Strategy, Brand Image, and Increasing the number customers*