# DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**

**LEMBAR PERSETUJUAN** ..... **ii**

**ABSTRAK** ..... **iii**

**KATA PENGANTAR** ..... **iv**

**DAFTAR ISI** ..... **vii**

**DAFTAR GAMBAR** ..... **x**

**DAFTAR TABEL** ..... **xi**

**DAFTAR LAMPIRAN** ..... **xii**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang ..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 7
1.3 Tujuan Penelitian ..... 7
1.4 Manfaat Penelitian ..... 8
1.5 Kerangka Pemikiran ..... 9
1.6 Metode Penelitian dan Teknik Penelitian ..... 17
1.6.1 Metode Penelitian ..... 17
1.6.2 Data ..... 17
1.6.3 Instrumen dan Responden Penelitian ..... 18
1.6.4 Analisis Data ..... 18
1.7 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel ..... 19

Unisba.Repository.ac.id

1.7.1 Variabel Penelitian ..... 19
1.7.2 Operasional Variabel ..... 20
1.8 Sistematika Pembahasan ..... 21

**BAB II**
**KAJIAN KOMUNIKASI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**
2.1 Pengertian Pemasaran Islami ..... 23
2.2 Bauran Pemasaran Islami ..... 37
2.3 Komunikasi Pemasaran Syariah ..... 41
2.4 Alat-Alat Komunikasi Pemasaran ..... 47
2.5 *Word-of-Mouth Marketing* ..... 52
2.6 Perilaku Konsumen ..... 58
2.6.1 Hubungan Perilaku Konsumen dengan Strategi Pemasaran ..... 57
2.6.2 Faktor-Faktor yang Memperngaruhi Perilaku Konsumen ..... 58
2.6.3 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen ..... 63
2.6.4 Teknik Pendekatan untuk Mempengaruhi Keputusan Konsumen .... 64
2.7 Giro Wadiah ..... 65

**BAB III**
**KOMUNIKASI PEMASARAN SYARIAH DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KCP ANTAPANI**
3.1 Profil Bank Syariah Mandiri ..... 68
3.1.1 Sejarah Bank Syariah Mandiri ..... 68
3.1.2 Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri ..... 70
3.1.3 Nilai-Nilai Perusahaan ..... 71
3.1.4 Kepemilikan Saham Bank Syariah Mandiri ..... 71
3.1.5 Struktur Organisasi dan Uraian Jabatan ..... 72
3.1.6 Produk ..... 86
3.2 Komunikasi Pemasaran Syariah Program Sahabat BSM di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Antapani Bandung ..... 98

Unisba.Repository.ac.id

3.2.1 Ketentuan Umum Program Sahabat BSM ..... 100
3.3 Peningkatan Jumlah Nasabah ..... 102

**BAB IV**
**KAJIAN TENTANG KOMUNIKASI PEMASARAN SYARIAH PROGRAM SAHABAT BSM PADA GIRO BSM DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH**
4.1 Mekanisme program Sahabat BSM pada produk Giro BSM di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Antapani ..... 104
4.2 Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Syariah Program Sahabat BSM pada Giro BSM di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Antapani 109
4.2.1 Komunikasi Pemasaran Syariah di BSM KCP Antapani pada Produk Giro BSM ..... 109
4.2.2 Program Sahabat BSM dengan Media *Member get Member* ..... 113
4.3 Analisis Komunikasi Pemasaran Syariah Program Sahabat BSM pada Giro BSM dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Antapani ..... 118

**BAB V**
**KESIMPULAN DAN SARAN**
5.1 Kesimpulan ..... 122
5.2 Saran ..... 123

**DAFTAR PUSTAKA**
**LAMPIRAN**

Unisba.Repository.ac.id

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran ..... 42

Gambar 2.2 Skema Wadi'ah Yad Amanah ..... 66

Gambar 2.3 Skema Wadi'ah Yad Dhamanah ..... 67

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Kantor Pusat Bank Syariah Mandiri ..... 72

Gambar 3.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Antapani ..... 79

Gambar 4.1 Iklan dan Poster Program Sahabat BSM ..... 113

Gambar 4.2 Buku Agenda, Kaos, Mug, dan Tumbler Bank Syariah Mandiri 113

Gambar 4.3 Iklan Promosi di Koran-Koran Tribun Jabar dan Radar Bandung 114

Gambar 4.4 Iklan Promosi di Jejaring Sosial *Facebook* ..... 114

Gambar 4.5 Kartu Keanggotaan Sahabat BSM ..... 115

Unisba.Repository.ac.id

# DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah ..... 2

Tabel 1.2 Perbandingan Jumlah Nasabah Giro BSM dan Nasabah Giro BSM pada program Sahabat BSM di Kantor Cabang Pembantu Antapani ..... 6

Tabel 1.3 Operasional Variabel ..... 20

Tabel 3.1 Jumlah Nasabah Giro BSM pada Program Sahabat BSM di BSM KCP Antapani periode 2010-2013 ..... 104

Tabel 4.1 Jumlah Nasabah Giro BSM Hasil Program Sahabat BSM ..... 115

Tabel 4.2 Biaya Promosi dan Jumlah Nasabah Giro BSM di BSM KCP Antapani periode 2010-2013 ..... 117

Tabel 4.3 Biaya Promosi dan Jumlah Nasabah Giro BSM di BSM KCP Antapani periode 2010-2013 ..... 118

Tabel 4.4 Perkembangan Biaya Promosi Program Sahabat BSM di BSM KCP Antapani Periode Tahun 2010-2013 ..... 121

Tabel 4.5 Perkembangan dan Persentase Jumlah Nasabah Giro BSM ..... 122

Unisba.Repository.ac.id

# DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Skripsi

Lampiran 2 Daftar Bimbingan Skripsi

Lampiran 3 Pedoman Wawancara

Unisba.Repository.ac.id