

ABSTRAK
**“TANGGAPAN PELANGGAN TENTANG PELAKSANAAN BAURAN
PROMOSI ISLAMI TABUNGAN BRI SYARIAH IB DI PT.BANK
RAKYAT INDONESIA SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU
KOPO”**

Merri Susannah 10010210113

Kata Kunci : Sikap Konsumen

Perkembangan bank syariah di Indonesia masih belum dinilai baik oleh konsumen karena masyarakat kita belum paham akan sistem perbankan syariah yang selama ini mereka terbiasa dengan lingkungan bank konvensional. Untuk itu pihak Bank Syariah perlu menetapkan promosi yang tepat untuk menciptakan kesadaran, pengetahuan, kesukaan, preferensi, keyakinan dan tindakan masyarakat terhadap produk Bank Syariah sehingga menghasilkan tanggapan pelanggan yang positif tentang pelaksanaan bauran promosi islami yang dilakukan Bank Syariah. Promosi yang dilakukan di BRISyariah KCP Kopo adalah periklanan yang islami, penjualan pribadi yang islami, acara&pengalaman yang Islami, dan promosi penjualan yang Islami. Berdasarkan fakta di lapangan mengatakan bahwa, sikap konsumen tidak selalu positif terhadap suatu produk yang mereka beli, artinya nasabah yang melakukan pembukaan rekening tabungan di BRISyariah KCP Kopo tidak selalu memberikan tanggapan yang positif tentang pelaksanaan bauran promosi islami yang telah diterapkan oleh BRISyariah KCP Kopo. Maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan bauran promosi Islami tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo dan bagaimana tanggapan pelanggan tentang pelaksanaan bauran promosi Islami tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan bauran promosi Islami produk tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo dan tanggapan nasabah tentang pelaksanaan bauran promosi Islami produk tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kualitatif dengan menggunakan pedoman wawancara dan pedoman kuesioner, yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang diambil dengan cara *simple random sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi penjualan Islami tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo belum dilakukan sesuai dengan konsep promosi Islam. Ada sejumlah responden yang belum menyadari dan bertambah pengetahuannya tentang kehadiran produk tabungan BRISyariah iB, serta ada sejumlah responden yang belum menyukai (*favorable*), lebih menyukai (*preference*) dan yakin (*confidence*) dengan produk tabungan BRISyariah iB.