

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
	1.2 Rumusan Masalah.....	5
	1.3 Tujuan Penelitian.....	5
	1.4 Manfaat Penelitian.....	5
	1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
	1.6 Metode dan Teknik Penelitian.....	12
	1.6.1 Metode Penelitian.....	12
	1.6.2 Populasi dan Sampel.....	12
	1.6.3 Jenis dan Sumber Data.....	14
	1.6.4 Operasional Variabel.....	14
	1.6.5 Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Pengolahan Data.....	15
	1.7 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II	Konsep Bauran Promosi Islami dan Sikap Konsumen	
	2.1 Pengertian Pemasaran.....	18
	2.2 Bauran Pemasaran(<i>Marketing Mix</i>)	20

2.3 Bauran Promosi.....	21
2.3.1 Empat Alat Promosi Islami.....	31
2.3.2 Faktor-Faktor Dalam Menentukan Bauran Promosi.....	34
2.4 Menetapkan Anggaran Promosi.....	36
2.4.1 Metode Keterjangkauan.....	36
2.4.2 Metode Persentase Penjualan.....	36
2.4.3 Metode Keseimbangan Kompetitif.....	37
2.4.4 Metode Tujuan dan Tugas.....	37
2.5 Sikap Konsumen.....	38
2.5.1 Pengertian Sikap Konsumen.....	38
2.5.2 Tiga Komponen Sikap.....	39
2.6 Perilaku Pascapembelian.....	39
2.7 Respons Konsumen Terhadap Strategi Promosi.....	40
2.7.1 AIDA (<i>Attention, Interest, Desire, Action</i>).....	42
2.7.2 Model Hierarki.....	43
2.7.3 Model Inovasi Adopsi.....	45
2.7.4 Model Komunikasi.....	46
2.8 Proses Komunikasi.....	47
2.9 Langkah-Langkah Pengembangan Komunikasi.....	48
2.10 Pemasaran Dalam Islam.....	51
2.10.1 Karakteristik Syariah <i>Marketing</i>	63

**BAB III Profile Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang
Pembantu Kopo**

3.1 Deskripsi Umum Perusahaan.....	70
3.1.1 Sejarah Singkat BRISyariah KCP Kopo.....	70
3.1.2 Visi dan Misi BRISyariah KCP Kopo.....	71
3.1.3 Struktur Organisasi BRISyariah KCP Kopo.....	73
3.1.4 Uraian Jabatan BRISyariah KCP Kopo.....	74
3.1.5 Produk yang Ditawarkan.....	75
3.2 Tabungan BRISyariah iB.....	79

3.3 Pelaksanaan Bauran Promosi Islami Tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo.....	81
--	----

BAB IV TANGGAPAN PELANGGAN TENTANG PELAKSAAN BAURAN PROMOSI ISLAMI TABUNGAN BRISYARIAH iB DI BANK RAKYAT INDONESIA SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU KOPO

4.1 Pelaksanaan Bauran Promosi Islami Tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo.....	83
4.1.1 Periklanan yang Islami.....	83
4.1.2 Penjualan Pribadi/ <i>Personal Selling Yang Islami</i>	86
4.1.3 Acara dan Pengalaman/ <i>Event And Experience</i> yang Islami.....	88
4.1.4 Promosi Penjualan yang Islami.....	92
4.2 Tanggapan Pelanggan Tentang Pelaksanaan Bauran Promosi Islami Tabungan BRISyariah iB di BRISyariah KCP Kopo..	94
4.2.1 Karakteristik Responden.....	94
4.2.2 Sikap Konsumen Pada Tahap Kognitif.....	95
4.2.3 Sikap Konsumen Pada Tahap Afektif.....	100
4.2.4 Sikap Konsumen Pada Tahap Konatif.....	107

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	111

DAFTAR PUSTAKA.....xvi

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Hierarki Efek.....	7
Gambar 2.1 Model Hierarki Respon.....	41
Gambar 4.1 <i>Billboard</i> BRISyariah iB.....	84
Gambar 4.2 Brosur Tabungan BRISyariah iB.....	85
Gambar 4.3 Spanduk/ Umbul-Umbul BRISyariah.....	86
Gambar 4.4 <i>Costumer Service</i> BRISyariah.....	88
Gambar 4.5 Kegiatan Ramadhan Vaganza dan Bakti Sosial.....	90
Gambar 4.6 Kegiatan Islamic Vaganza yang Disponsori Oleh BRISyariah.....	91
Gambar 4.7 Kegiatan <i>Grand Launching Internet Banking</i> BRISyariah.....	91
Gambar 4.8 Kegiatan <i>Open Table Event Car Free Day</i>	92
Gambar 4.9 <i>Merchandise/ Souvenir</i> BRISyariah.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Operasional Variabel.....	14
Tabel 3.1	Produk-Produk BRISyariah KCP Kopo.....	75
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	94
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden.....	94
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	95
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Menyadari Kehadiran Produk Tabungan BRISyariah iB Melalui Brosur, <i>Leaflet</i> , <i>Billboard</i> , dan Spanduk.....	96
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Menyadari Kehadiran Produk Tabungan BRISyariah iB Setelah Mendapatkan Informasi Dari <i>Customer Service</i>	96
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Menyadari Kehadiran Produk Tabungan BRISyariah iB Setelah Melihat Kegiatan/ <i>Event</i> yang Dilakukan BRISyariah KCP Kopo.....	97
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Menyadari Kehadiran Produk Tabungan BRISyariah iB Setelah Mendapatkan <i>Merchandise/Souvenir</i> BRISyariah KCP Kopo.....	97
Tabel 4.8	Tanggapan Mengenai Pengetahuan Responden Tentang Tabungan BRISyariah iB Bertambah Setelah Responden Membaca Informasi yang Ada di Dalam Brosur, <i>Leaflet</i> , <i>Billboard</i> , dan Spanduk.....	98
Tabel 4.9	Tanggapan Mengenai Pengetahuan Responden Tentang Tabungan BRISyariah iB Bertambah Setelah Responden Mendapatkan Informasi Dari <i>Customer Service</i> BRISyariah KCP Kopo.....	98
Tabel 4.10	Tanggapan Mengenai Pengetahuan Responden Tentang Tabungan BRISyariah iB Bertambah Setelah Responden Melihat Kegiatan/ <i>Event</i> BRISyariah KCP Kopo.....	99
Tabel 4.11	Tanggapan Mengenai Pengetahuan Responden Tentang Tabungan BRISyariah iB Bertambah Setelah Responden Mendapatkan <i>Merchandise/Souvenir</i> BRISyariah KCP Kopo.....	99

Tabel 4.12	Tanggapan Responden Menyukai Tabungan BRISyariah iB Setelah Mendapatkan Informasi Melalui Brosur, <i>Leaflet</i> , <i>Billboard</i> , dan Spanduk.....	101
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Menyukai Tabungan BRISyariah iB Setelah Mendapatkan Informasi Dari <i>Customer Service</i> BRISyariah KCP Kopo.....	101
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Menyukai Tabungan BRISyariah iB Setelah Melihat Kegiatan/ <i>Event</i> BRISyariah KCP Kopo.....	102
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Menyukai Tabungan BRISyariah iB Setelah Mendapatkan <i>Merchandise/Souvenir</i> BRISyariah KCP Kopo.....	102
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Lebih Menyukai Tabungan BRISyariah iB Dibandingkan Dengan Produk Pesaing BRISyariah Setelah Responden Mendapatkan Informasi Melalui Brosur, <i>Leaflet</i> , <i>Billboard</i> , dan Spanduk.....	103
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Lebih Menyukai Tabungan BRISyariah iB Dibandingkan Dengan Produk Pesaing BRISyariah Setelah Responden Mendapatkan Informasi Dari <i>Customer Service</i> BRISyariah KCP Kopo.....	103
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Lebih Menyukai Tabungan BRISyariah iB Dibandingkan Dengan Produk Pesaing BRISyariah Setelah Responden Melihat Kegiatan/ <i>Event</i> BRISyariah KCP Kopo.....	104
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Lebih Menyukai Tabungan BRISyariah iB Dibandingkan Dengan Produk Pesaing BRISyariah Setelah Responden Mendapatkan <i>Merchandise/Souvenir</i> BRISyariah KCP Kopo.....	104
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Merasa Yakin Dengan Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Mendapatkan Informasi Dari Brosur, <i>Leaflet</i> , <i>Billboard</i> , dan Spanduk.....	105
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Merasa Yakin Dengan Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Mendapatkan Informasi Dari <i>Customer Service</i> BRISyariah KCP Kopo.....	105

Tabel 4.22	Tanggapan Responden Merasa Yakin Dengan Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Melihat Kegiatan/ <i>Event</i> BRISyariah KCP Kopo.....	106
Tabel 4.23	Tanggapan Responden Merasa Yakin Dengan Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Mendapatkan <i>Merchandise/Souvenir</i> BRISyariah KCP Kopo.....	106
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Membuka Rekening Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Mendapatkan Informasi Dari Brosur, <i>Leaflet</i> , <i>Billboard</i> , dan Spanduk.....	107
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Membuka Rekening Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Mendapatkan Informasi Dari <i>Customer Service</i> BRISyariah KCP Kopo.....	108
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Membuka Rekening Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Melihat Kegiatan/ <i>Event</i> BRISyariah KCP Kopo.....	109
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Membuka Rekening Tabungan BRISyariah iB Setelah Responden Mendapatkan <i>Merchandise/Souvenir</i> BRISyariah KCP Kopo.....	109