

ABSTRAK
**METODE PEMASARAN TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM
MELAKUKAN INVESTASI DINAR DIRHAM PADA MANAJEMEN
INVESTASI GERAJ DINAR BANDUNG**

Wati Putri

Keyword : Investasi, Komunikasi, Pemasaran dan Syariah.

Manajemen investasi Gerai Dinar Cabang Kota Bandung, meluncurkan program komunikasi pemasaran untuk meningkatkan jumlah investor pada produk investasi Dinar Dirham. Dengan begitu, Gerai Dinar harus mengetahui bagaimana karakteristik/perilaku investor yang dalam melakukan investasi biasanya disebabkan karena adanya ketertarikan akan keuntungan yang didapat. Kebutuhan dan keinginan tersebut juga berasal dari berbagai pengaruh lingkungan (keluarga, masyarakat, sekolah). Memang dalam berinvestasi secara individual, seseorang sedikit dipengaruhi oleh orang dalam keputusannya. Tetapi ini tidak berarti bahwa orang lain tidak berperan dalam proses berinvestasi, faktor dalam diri seseorang juga mempunyai pengaruh besar. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah disusun ke dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut : Bagaimana mekanisme investasi Dinar Dirham pada manajemen investasi Gerai Dinar Bandung ? Bagaimana pelaksanaan komunikasi pada produk Investasi Dinar Dirham di Gerai Dinar Cabang Kota Bandung? Dan bagaimana pengaruh kegiatan Komunikasi Pemasaran investasi Dinar Dirham pada manajemen investasi Gerai Dinar Bandung terhadap minat konsumen dalam melakukan investasi Dinar Dirham ?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis, teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah penelitian lapangan dan studi kepustakaan, penelitian lapangan dengan cara wawancara dan dokumenter. Dalam hal ini penulis melakukan penelitian mengenai pelaksanaan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah investor pada produk investasi Dinar Dirham di Gerai Dinar Cabang Kota Bandung.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pelaksanaan Komunikasi Pemasaran Syariah pada Investasi Dinar Dirham di Gerai Dinar Kota Bandung menggunakan instrumen-instrumen promosi komunikasi pemasaran syariah yang dapat dilakukan relatif tanpa mengeluarkan banyak biaya. Mekanisme komunikasi pemasaran pada produk Investasi Dinar Dirham di Gerai Dinar Kota Bandung adalah program *member-get-member*, dimana peserta program mengajak orang lain menjadi investor Gerai Dinar. Peserta program (pemberi referensi) mendapatkan insentif uang berdasarkan volume dana dari investor yang tereferensi. Kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan manajemen Gerai Dinar juga merupakan upaya pemasaran berbasis *word to mouth*.