

ABSTRAK

Nisa Lutfiah, NIM: 1950410120, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Brand Image* BSI KCP Purwodadi A Yani

Strategi pemasaran merupakan hal yang penting untuk mengukur keberhasilan sebuah usaha. Permasalahan yang muncul adalah masyarakat masih banyak yang menganggap bahwa Bank Syariah dan Bank Konvensional sama saja karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang *Brand Image* BSI.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran terhadap faktor-faktor dalam pembentukan *brand image* dan untuk analisis strategi pemasaran terhadap langkah-langkah pembentukan *brand image*. Metode penelitian ini adalah Deskriptif Kualitatif, data dikumpulkan dengan melalui wawancara kepada pihak BSI KCP Purwodadi A Yani yang mengetahui informasi mengenai strategi dalam membangun *brand image*. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan metode penelitian *field research* karena peneliti dalam melakukan pencarian data serta pengumpulan data dilakukan ditempat terjadinya fenomena atau kasus tertentu terjadi. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini menghasilkan data atau kata tertulis maupun lisan dari orang - orang yang di wawancarai atau diamati.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran terhadap faktor-faktor pembentuk *brand image* yaitu kualitas produk, kepercayaan, kegunaan, harga dan citra. Sedangkan strategi pemasaran yang digunakan yaitu segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Segmen dari faktor - faktor pembentukan *brand image* yaitu untuk belajar konsumen mengenai *brand image*, sedangkan target yaitu kepuasan dan kepercayaan konsumen. Perbedaan antara BSI dan Bank konvensional yaitu dari segi *brand image*, falsafah, operasional, akad dan aspek legalitas, lembaga penyelesaian, struktur organisasi, hubungan nasabah, dan tujuan yang berbeda. Strategi pemasaran terhadap langkah - langkah pembentukan *brand image* BSI KCP Purwodadi A Yani yaitu menggunakan logo yang sesuai, memiliki pesan *brand*, mengintegrasikan *brand* dan konsisten.

Kata Kunci : *Brand Image*, Strategi Pemasaran