

ABSTRAK

Ana Septiana, 1320210177. “**Analisis *Promotion Mix* Pembiayaan Pensiunan dalam Perspektif *Marketing* Syariah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus**”. Skripsi. Kudus: Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam program studi Ekonomi Syariah STAIN KUDUS, Tahun 2017.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan *promotion mix* pembiayaan pensiunan dan mengetahui analisis *promotion mix* pensiunan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk meningkatkan ketertarikan nasabah dalam perspektif *marketing* syariah. *Promotion mix* yang dianalisis meliputi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung dalam perspektif *marketing* syariah yang meliputi theistis, etis, realistis dan humanistik.

Penelitian ini bersifat kualitatif. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dapat memberi gambaran adanya situasi dan kondisi yang ada, sebab dalam melakukan pendekatan ini penulis berkomunikasi langsung dengan responden sehingga akan menghasilkan gambaran yang diinginkan penulis, dengan bahasa dan tafsiran responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan *promotion mix* pembiayaan pensiunan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus dengan lima metode yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung. Setelah diadakan *promotion mix* secara terus menerus, nasabah mulai mengenal dan mengetahui pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus. Nasabah mulai tertarik untuk melakukan pembiayaan pensiunan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus, walaupun jumlahnya belum sesuai dengan target yang diinginkan.

Promotion mix pembiayaan pensiunan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Kudus untuk meningkatkan ketertarikan nasabah ditinjau dari perspektif *marketing* syariah sudah baik. Ini terlihat dari kegiatan periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung yang dilakukan di lapangan dengan menyampaikan informasi yang sebenarnya, dan melakukan pendekatan secara khusus dengan menanamkan sikap profesional, simpatik, sopan santun, dan rendah hati kepada nasabah.

Kata Kunci: *Promotion Mix*, Pembiayaan Pensiunan, *Marketing* Syariah