

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

School of Business Management
Jurusan Bisnis Manajemen
Skripsi Sarjana Strata 1
Semester Genap 2017/2018

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN – STUDI KASUS GRIYA iB HASANAH
PT BANK BNI SYARIAH**

Gresia Jelita Idevitrayesi
Selly Maris Stella Napitupulu

2001625944
2001624071

Kelas LGEA/Kelompok 1

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ialah Mengetahui Bagaimana Bauran Pemasaran Mempengaruhi Citra Merek Dan Bagaimana Bauran Pemasaran Melalui Citra Merek Berpengaruh Pada Keputusan Pembelian Konsumen. Metode Penelitian Menggunakan Analisis Jalur Dengan Menyebarkan Kuesioner Kepada 100 Orang Pengguna Produk Griya Ib Hasanah PT Bank BNI Syariah Cabang Bumi Serpong Damai (BSD). Hasil Yang Dicapai adalah Diketahui Benar Bahwa Bauran Pemasaran Mempengaruhi Citra Merek Secara Signifikan. Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Secara Parsial Dan Simultan Juga Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Griya Ib Hasanah PT Bank BNI Syariah Cabang BSD. Sehingga Dapat Simpulkan Bahwa Semakin Baik Strategi Bauran Pemasaran Akan Meningkatkan Citra Merek , Dan Semakin Baik Nilai Bauran Pemasaran Dan Citra Merek, Maka Nilai Keputusan Pembelian Juga Akan Semakin Meningkat.

Kata Kunci : Bank Syariah, Pembiayaan Rumah, Produk, Harga, Promosi, Tempat, Kesadaran Merek, Keterikatan Merek, Keputusan Pembelian.

*School of Business Management
Business Management
Thesis Bachelor of Economics
Even Term 2017/2018*

**ANALYSIS OF MARKETING STRATEGY ON CONSUMER
PURCHASING DECISION – CASE STUDY IN GRIYA iB HASANAH
PT BANK BNI SYARIAH**

**Gresia Jelita Idevitrayesi
Selly Maris Stella Napitupulu**

**2001625944
2001624071**

Class LGEA / Team 1

ABSTRACT

Research objective is to find out how the marketing mix affects brand image and how the marketing mix through brand image toward consumer purchasing decisions. research methods using path analysis by distributing questionnaires to 100 user Griya Ib Hasanah product of PT Bank Bni Syariah Bumi Serpong Damai (BSD) branch. achieved results is known to be true that the marketing mix significantly affects brand image. partial and simultaneous marketing mix and brand image also influence purchasing decisions of pt bank bni syariah bsd griya ib hasanah products. so that it can conclude that the better the marketing mix strategy will improve the brand image, and the better the marketing mix value and brand image, the value of the purchase decision will also increase.

Key Word: *Syariah Bank, Home Credit, Product, Place, Price, Promotion, Brand Image, Brand Loyalty, Purchasing Decision*