

ABSTRAK

Wita Armila, 2022, “Strategi Membangun Brand Image Untuk Meningkatkan Minat Masyarakat Menabung di BSI KCP Tomoni”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Muh Abdi Imam.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan oleh BSI KCP Tomoni dalam membangun *Brand Image* untuk meningkatkan minat masyarakat menabung di BSI kcp Tomoni, serta faktor faktor apa saja yang menjadi pembentuk *brand image* tersebut.

Metode penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang dilakukan pada suatu objek penelitian yaitu BSI Kcp Tomoni. Data dan sumber data yang digunakan ada dua yaitu data primer dan data sekunder, dimana sumber data primer yaitu data yang diambil langsung dari pihak yang diteliti atau Bank BSI Kcp Tomoni kemudian data sekundernya yaitu berupa referensi dari buku maupun website. Tehnik pengumpulan data yang dilakukan yaitu melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Tehnik analisis data meliputi tahap reduksi data, tahap penyajian data, dan tahap penarikan Kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan BSI Kcp Tomoni dalam membangun *Brand Image* untuk meningkatkan minat masyarakat menabung di BSI Kcp Tomoni yaitu dengan menggunakan bauran pemasaran 4P, yang meliputi *Product, Price, Place, dan Promotion*. Pada strategi produk, dalam mengembangkan produknya BSI Kcp Tomoni melakukan beberapa hal yaitu dengan menciptakan branding produk-produk maupun pembiayaan lainnya dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu mengembangkan produk yang dapat digunakan berbagai kalangan. Kedua, strategi harga misalnya strategi harga pada produk pembiayaan bank BSI Kcp Tomoni sudah baik dengan mempertimbangkan berbagai hal dalam menetapkan harga margin dan biaya-biaya lain yang berhubungan dengan pembiayaan. Kemudian pada strategi tempat, jarak antara unit kerja bsi berada dipusat pembelian yang memudahkan dan melancarkan banyak kegiatan menandakan ekonomi masyarakat Luwu Timur adalah baik dan mudah terjangkau. Dan pada strategi promosi BSI Kcp Tomoni dalam pemasaran produk melalui media elektronik atau media sosial. Adapun faktor-faktor pembentuk *Brand Image* yaitu meliputi kualitas produk, kegunaan, dapat dipercaya, pelayanan, harga, dan citra.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, *Brand Image*, Minat, Dan Strategi