

**IMPLEMENTASI SYARIAH MARKETING DALAM MENINGKATKAN KUALITAS
PRODUK KPR SYARIAH GRIYA iB HASANAH
(STUDI PADA BANK BNI SYARIAH CABANG YOGYAKARTA)**

Oleh:

Dian Sari Annisa Rahmawati

20130730225

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi syariah marketing dalam upaya meningkatkan kualitas produk KPR Griya iB Hasanah.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara secara langsung terhadap responden yakni Nasabah pembiayaan KPR Syariah Griya iB Hasanah di Bank BNI Syariah. Dimana wawancara kepada nasabah dilakukan terhadap nasabah yang sedang atau akan melakukan pembiayaan KPR. Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan Deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk menggambarkan fakta-fakta dan masalah yang ada di tempat penelitian yang kemudian diinterpretasikan dengan rasional sehingga dapat ditarik kesimpulan nantinya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa syariah marketing telah dilakukan dengan baik oleh Bank BNI Syariah terutama dalam penerapannya terhadap produk KPR Syariah Griya iB Hasanah. Hal terpenting yang menjadikan pertimbangan nasabah memilih menggunakan produk pembiayaan KPR di Bank BNI Syariah karena menurut nasabah Bank BNI Syariah merupakan bank dengan prinsip syariah yang hampir mendekati sempurna.

Kata Kunci : Syariah, Marketing