

# **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **Wawancara pribadi dengan Seles Promosi**

### **PT Bank BNI Syariah Kc. Yogyakarta**

---

1. Sejak kapan ibu/bapak mulai bergabung di PT. Bank BNI Syariah?
2. Produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah merupakan produk unggulan dari PT. Bank BNI Syariah, bagaimana team seles promosi dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
3. Bagaimana pemanfaatan media yang digunakan untuk mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
4. Bagaimana team seles promosi dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan media iklan brosur, Penyampaian pesan seperti apa yang dimaksud dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
5. Selain melalui media iklan internet dan brosur apakah masih ada media iklan lain yang digunakan oleh team seles promosi dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
6. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan media iklan brosur sudah berhasil mendapatkan perhatian dari nasabah?
7. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan brosur mampu membuat

nasabah berminat menggunakan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

8. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan brosur mampu membuat nasabah berkeinginan menggunakan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
9. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet berhasil mendorong nasabah untuk menggunakan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
10. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah team sales promosi yakin mampu membuat nasabah merasa puas atas produk iB HASANAH berakad wadiah yang sudah digunakan?
11. Berapa persen keberhasilan team marketing dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan brosur?

## **Wawancara Pribadi dengan Coustomer Servis**

### **PT. Bank BNI Syariah Kc Yogyakarta**

---

1. Sejak kapan ibu/bapak mulai bergabung di PT. Bank BNI Syariah?
2. Bagaimana strategi yang ditetapkan PT. Bank BNI Syariah dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah
3. Bagaimana pemanfaatan media yang digunakan untuk mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
4. Selain melalui media iklan internet dan media iklan brosur, apakah masih ada media iklan lain yang digunakan dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah, Penyampaian pesan seperti apa yang dimaksud dalam mempromosikan produk tabunganiB HASANAH berakad wadiah ini?
5. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan media iklan brosur berhasil mendapatkan perhatian dari nasabah?
6. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan media iklan brosur mampu membuat nasabah berminat menggunakan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

7. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan media iklan brosur mampu membuat nasabah berkeinginan menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
8. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan media iklan brosur berhasil mendorong nasabah untuk menggunakan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
9. Dari evaluasi keberhasilan iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah setiap tahunnya, apakah ibu/bpk yakin mampu membuat nasabah merasa puas atas produk iB HASANAH berakad wadiah? yang sudah digunakan?
10. Berapa persen keberhasilan iklan dalam mempromosikan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet dan media iklan brosur?

## **Wawancara Pribadi Dengan Nasabah Produk Tabungan**

### **BNI Syariah iB HASANAH Berakad Wadiah**

#### **PT. Bank BNI Syariah Kc. Yogyakarta**

---

1. Sejak kapan ibu/bpk menjadi nasabah di Bank BNI Syariah Kcp. Kaliurang?
2. Apa yang ibu/bpk ketahui mengenai produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
3. Informasi apa saja yang ibu/bpk ketahui sehingga ibu/bpk memutuskan untuk menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah dan dari mana ibu/bpk mengetahui informasi tersebut, apakah dari orang-orang, teman atau melalui iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah itu sendiri?
4. Apabila ibu/bpk mengetahui produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui teman/orang lain, informasi seperti apa yang membuat ibu/bpk memutuskan menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?
5. Apabila ibu/bpk mengetahui produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui iklan, iklan yang melalui media apa yang ibu/bpk pernah lihat serta informasi apa yang ibu/bpk tangkap sehingga ibu/bpk memutuskan menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

6. Apa respon ibu/bpk terhadap iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah, apakah sudah efektif?

7. **ATTENTION (Perhatian)**

Dari iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah yang pernah ibu/bpk lihat, apakah berhasil memikat perhatian ibu/bpk?

Sekala ukur	Jawaban
1. Rendah: Tidak sama sekali	
2. Sedang: Berhasil tetapi tidak sampai menjadi nasabah	
3. Tinggi: Berhasil dan membuat saya berminat menggunakan produk tabungan iB HASANAH	

Bagaimana menurut ibu/bpk apakah ukuran media, penggunaan warna, tata letak dan jenis huruf yang ditampilkan dalam iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet sudah dapat menarik perhatian massa?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: Tidak, karena masih banyak yang tidak tahu mengenai iklan produk tabungan iB Hasanah yang ada di internet	
2. Sedang: Tidak banyak orang yang menaruh respon positif	
3. Tinggi: Sangat mendapat perhatian masa	

Bagaimana menurut ibu/bpk apakah ukuran media, penggunaan warna, tata letak dan jenis hurup yang ditampilkan dalam iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan brosur sudah dapat menarik perhatian massa?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: Tiadak, karena masih banyak yang tidak tahu mengenai iklan produk tabungan iB HASANAH yang ada di brosur	
2. Sedang: Tidak banyak orang yang menaruh respon positif	
3. Tinggi: Sangat mendapatkan perhatian masa	

#### 8. **INTEREST (Minat)**

Dari iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah yang pernah ibu/bpk lihat/dengar melalui media iklan internet, adakah hal yang membuat ibu/bpk berminat dan ingin mengetahui lebih jauh mengenai produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: Tidak ada sama sekali	
2. Sedang: Ada, tetapi tidak sampai berkeinginan untuk menjadi nasabah	
3. Tinggi: banyak, dan membuat saya berkeinginan	



<p>untuk menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH</p>	
---	--

Dari iklan produk tabungan iB Hasanah berakad wadiah yang pernah ibu/bpk lihat/dengar melalui media iklan brosur, adakah hal yang membuat ibu/bpk berminat dan ingin mengetahui lebih jauh mengenai produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: tidak ada sama sekali	
2. Sedang: ada, tetapi kurang berminat untuk mengetahui lebih jauh	
3. Tinggi: ada, dan membuat saya berminat untuk menjadi nasabah	

Hal apa saja yang membuat ibu/bpk berminat dan ingin mengetahui lebih jauh mengenai produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: Tidak ada sama sekali	
2. Sedang: ada beberapa hal yang ditawarkan	
3. Tinggi: banyaknya hal yang ditawarkan dalam produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah	

### 9. DESIRE (Keinginan)

Seperti yang kita ketahui banyak sekali produk tabungan yang ditawarkan oleh bank-bank lain dengan berbagai kelebihan dan kekurangan masing-masing, tetapi setelah ibu/bpk melihat/mendengar iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet apakah ibu/bpk merasa adanya kebutuhan keinginan atas produk tersebut?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: tidak ada sama sekali	
2. Sedang: ada, tapi biasa-biasa saja	
3. Tinggi: ada, karena produk tabungan iB HASANAH berbeda dengan produk lain yang ditawarkan oleh bank-bank lain	

Seperti yang kita ketahui banyak sekali produk tabungan yang ditawarkan oleh bank-bank lain dengan berbagai kelebihan dan kekurangan masing-masing, tetapi setelah ibu/bpk melihat/mendengar iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan brosur apakah ibu/bpk merasa adanya kebutuhan keinginan atas produk tersebut?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: tidak ada sama sekali	
2. Sedang: ada, tetapi biasa-biasa saja	
3. Tinggi: ada, karena produk tabungan iB HASANAH berbeda dengan produk yang ditawarkan oleh bank-	

bank lain	
-----------	--

Hal apa yang membuat ibu/bpk merasa adanya kebutuhan/keinginan atas produk tabungan i B HASANAH berakad wadiah?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: tidak ada sama sekali	
2. Sedang: sebatas kelebihan yang ditawarkan	
3. Tinggi: produk tabungan iB HASANAH adalah produk yang sangat bagus dan menjanjikan	

#### 10. ACTION (Tindakan)

Setelah ibu/bpk melihat iklan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah melalui media iklan internet, mendorong ibu/bpk untuk benar-benar menjadi nasabah produk tabungan iB Hasanah berakad wadiah?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: tidak sama sekali	
2. Sedang: tidak sampai menjadi nasabah	
3. Tinggi: ia, karena produk tabungan iB HASANAH merupakan produk tabungan yang sangat bagus	

Setelah ibu/bpk melihat iklan produk tabungan iB Hasanah berakad wadiah melalui media iklan brosur, mendorong ibu/bpk untuk benar-benar menjadi nasabah produk tabungan iB Hasanah berakad wadiah?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: tidak sama sekali	
2. Sedang: tidak sampai menjadi nasabah	
3. Tinggi: ia, karena produk tabungan iB HASANAH merupakan produk tabungan yang sangat bagus.	

Apa harapan ibu/bpk atas produk tabungan jika menggunakan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

#### 11. SATISFACTION (Kepuasan)

Apa kesan ibu/bpk setelah menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah dan apa harapan ibu/bpk atas produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah kedepannya serta apa keluhan ibu/bpk selama menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

Apa titik kuat dan lemah yang ibu/bpk alami dalam menggunakan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah jika dibandingkan dengan produk pesaing.

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: Sangat banyak keluhan	
2. Sedang: Hanya beberapa keluhan saja	

3. Tinggi: Tidak ada keluhan sama sekali	
--	--

Apakah ibu merasa adanya perasaan kecewa/senang yang timbul karena membandingkan kinerja yang ibu/bpk persepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi ibu/bpk dan apakah kinerja gagal memenuhi ekspektasi atau sesuai dengan ekspektasi?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Sedang: Gagal memenuhi ekspektasi	
2. Rendah:Belum memenuhi ekspektasi	
3. Tinggi: Sudah memenuhi ekspektasi	

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, jaminan, sarana fisik, daya tanggap dan empati apakah kualitas pelayanan berada dibawah harapan atau melebihi harapan ibu/bpk?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah :Kecewa	
2. Sedang: Dibawah harapan	
3. Tinggi: Melebihi harapan	

Bagaimana pendapat ibu/bpk atas pelayanan/transaksi karyawan Bank BNI Syariah Kcp. Kaliurang ,dan apakah ibu/bpk

berkemungkinan/bersedia untuk merekomendasikan perusahaan ini dan produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah kepada orang lain?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: Tidak akan pernah	
2. Sedang: Tidak sekarang	
3. Tinggi: Sangat siap merekomendasikan perusahaan ini dan produk tabungan iB HASSANAH berakad Wadiah	

Apakah ibu/bpk akan tetap mejadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah atau akan berpaling pada bank lain, dan apa alasan ibu/bpk menjadi nasabah produk tabungan iB HASANAH berakad wadiah?

Sekala Ukur	Jawaban
1. Rendah: Akan berpaling pada bank lain	
2. Sedang: Akan berpikir ulang untuk tetap menjadi nasabah di bank BNI Syariah	
3. Tinggi: Akan tetap menjadi nasabah	

## TABEL HASIL WAWANCARA DENGAN NASABAH

### BANK BNI Syariah Kc. Yogyakarta

#### MEDIA IKLAN INTERNET

Jawaban Responden				
Attention				
Quest	Banyak Responden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	7	0,7	50	Rendah
2	2	0,4	29	Rendah
3	1	0,3	21	Rendah
Total Rata-rata		1,4		Sedang

Jawaban Responden				
Interest				
Quest	Banyak Responden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	5	0,5	26	Rendah
2	1	0,2	11	Rendah
3	4	1,2	63	Sedang
Total Rata-rata		1,9		Sedang

Jawaban Responden				
Desire				
Quest	Banyak Responden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	5	0,5	29	Rendah
2	3	0,6	35	Rendah
3	2	0,6	35	Rendah
Total Rata-rata		1,7		Sedang

Jawaban Responden				
Action				
Quest	Banyak Responden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	6	0,6	33	Rendah

2		0	0	Rendah
3	4	1,2	67	Sedang
Total Rata-rata		1,8		Sedang

## MEDIA IKLAN BROSUR

Jawaban Responden				
Attention				
Quest	Banyak Responden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	7	0,7	50	Rendah
2	2	0,4	29	Rendah
3	1	0,3	21	Rendah
Total Rata-rata		1,4		Sedang

Jawaban Responden				
Interest				
Quest	Banyak Responden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	4	0,4	19	Rendah
2	1	0,2	10	Rendah
3	5	1,5	71	Sedang
Total Rata-rata		2,1		Tinggi

Jawaban Responden				
Desire				
Quest	Banyak Responden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	4	0,4	22	Rendah
2	4	0,8	45	Rendah
3	2	0,6	33	Rendah
Total Rata-rata		1,8		Sedang



JawabanResponden				
Action				
Quest	BanyakResponden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	5	0,5	25	Rendah
2		0	0	Rendah
3	5	1,5	75	Sedang
Total Rata-rata		2		Sedang

### SATISFACTION NASABAH

JawabanResponden				
Satisfaction				
Quest	BanyakResponden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	1	0,1	4	Rendah
2	4	0,8	33	Rendah
3	5	1,5	63	Sedang
Total Rata-rata		2,4		Tinggi

JawabanResponden				
Satisfaction				
Quest 2	BanyakResponden	Rata-rata	%	Efektivitas
1		0	0	Rendah
2	4	0,8	31	Rendah
3	6	1,8	69	Sedang
Total Rata-rata		2,6		Tinggi

JawabanResponden				
Satisfaction				
Quest	BanyakResponden	Rata-rata	%	Efektivitas
1	1	0,1	4	Rendah
2	1	0,2	7	Rendah
3	8	2,4	89	Tinggi

Total Rata-rata	2,7	Tinggi
-----------------	-----	--------

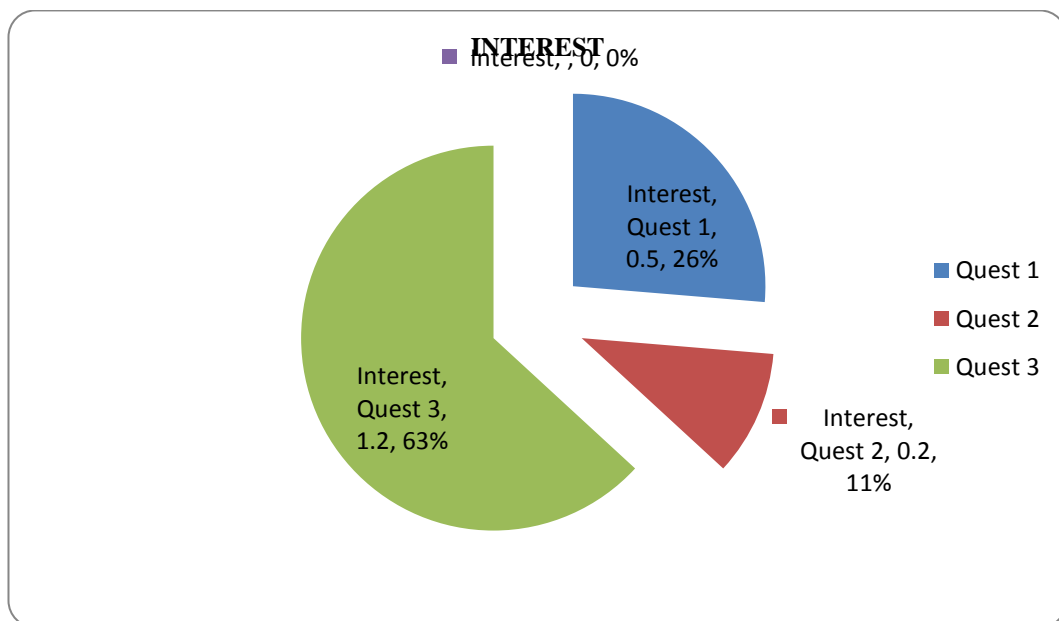
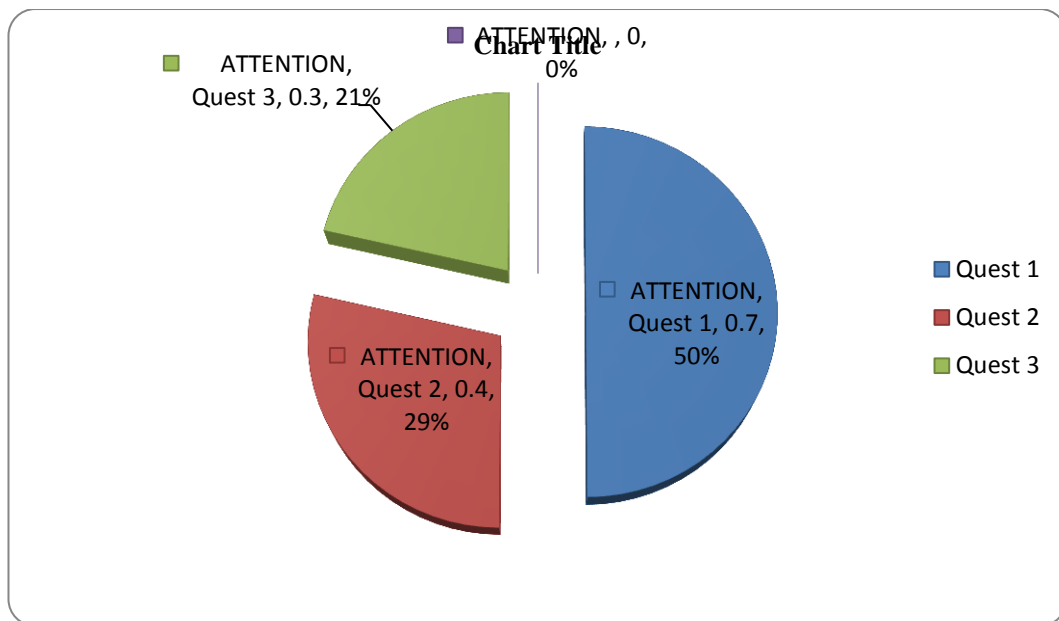
JawabanResponden				
Satisfaction				
Quest 4	BanyakResponden	Rata-rata	%	Efektivitas
1		0	0	Rendah
2	3	0,6	22	Rendah
3	7	2,1	78	Tinggi
Total Rata-rata		2,7		Tinggi

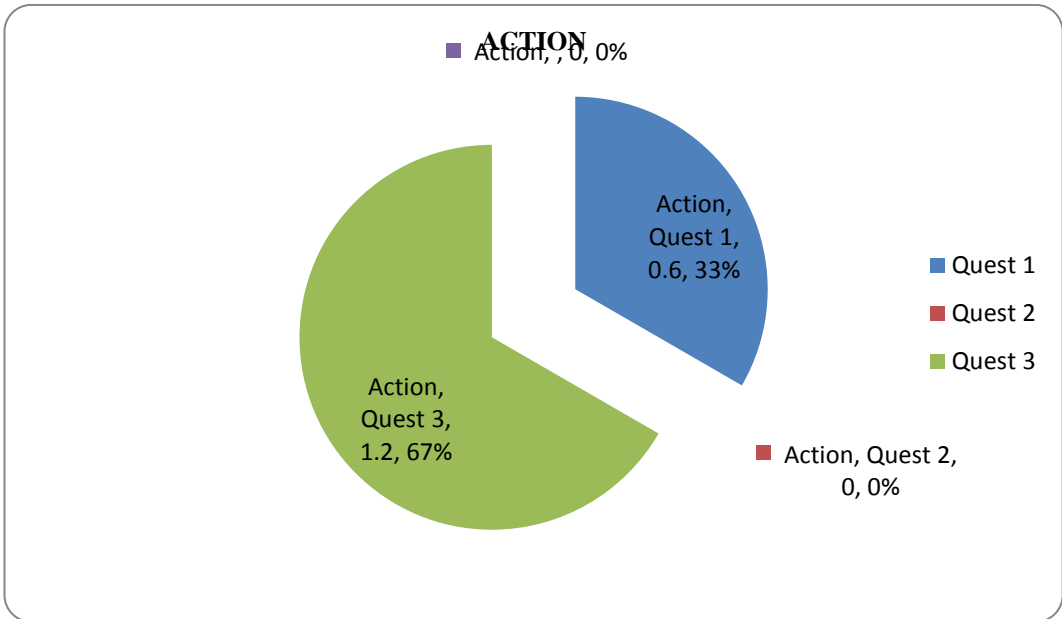
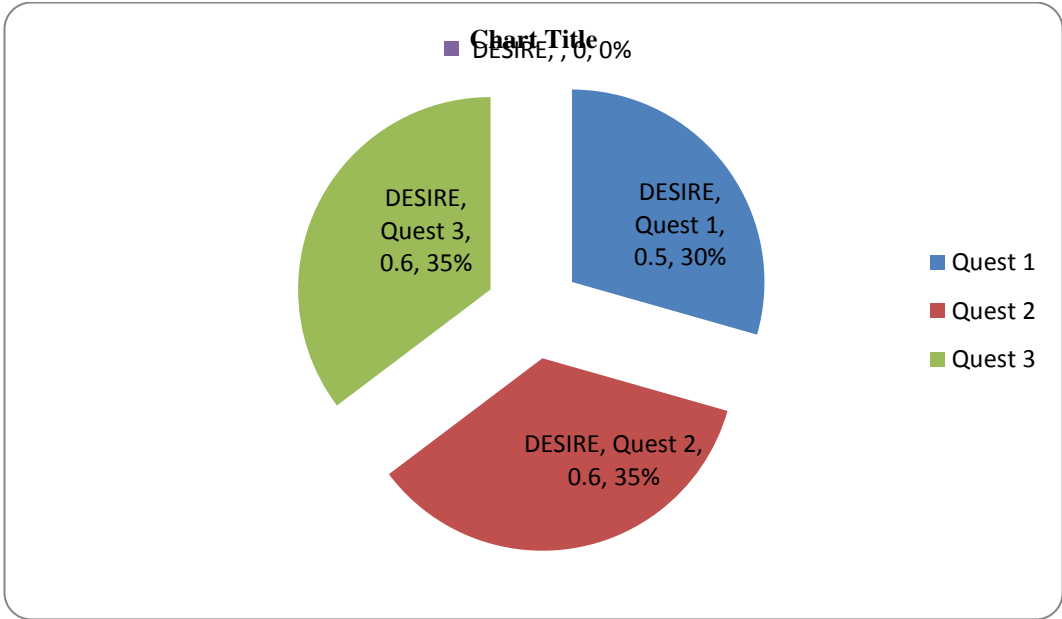
JawabanResponden				
Satisfaction				
Quest 5	BanyakResponden	Rata-rata	%	Efektivitas
1		0	0	Rendah
2	2	0,4	14	Rendah
3	8	2,4	86	Tinggi
Total Rata-rata		2,8		Tinggi

## GRAFIK IKLAN PRODUK TABUNGAN

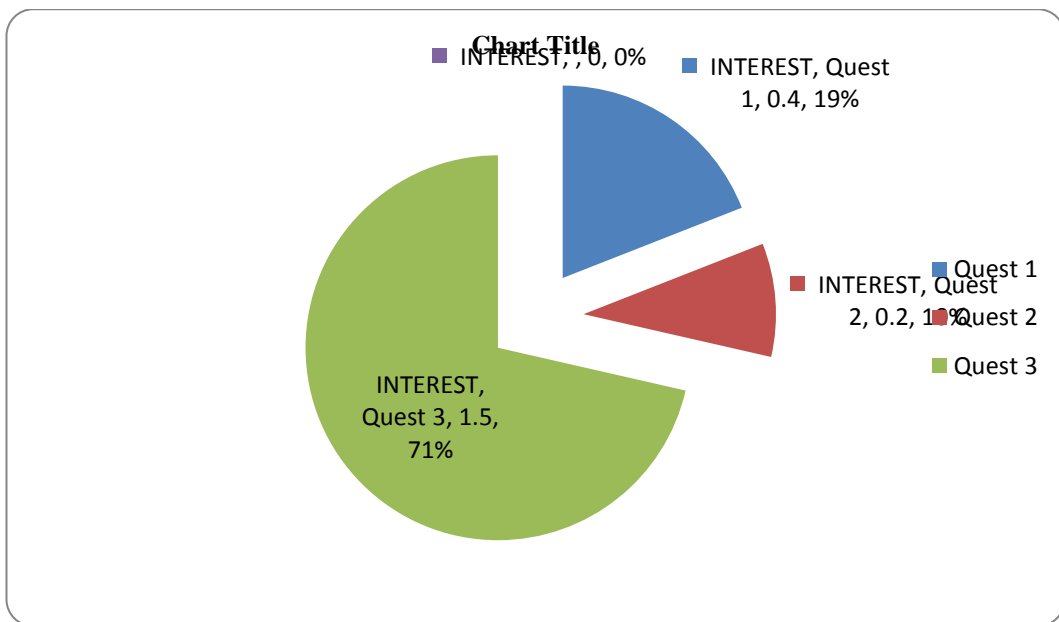
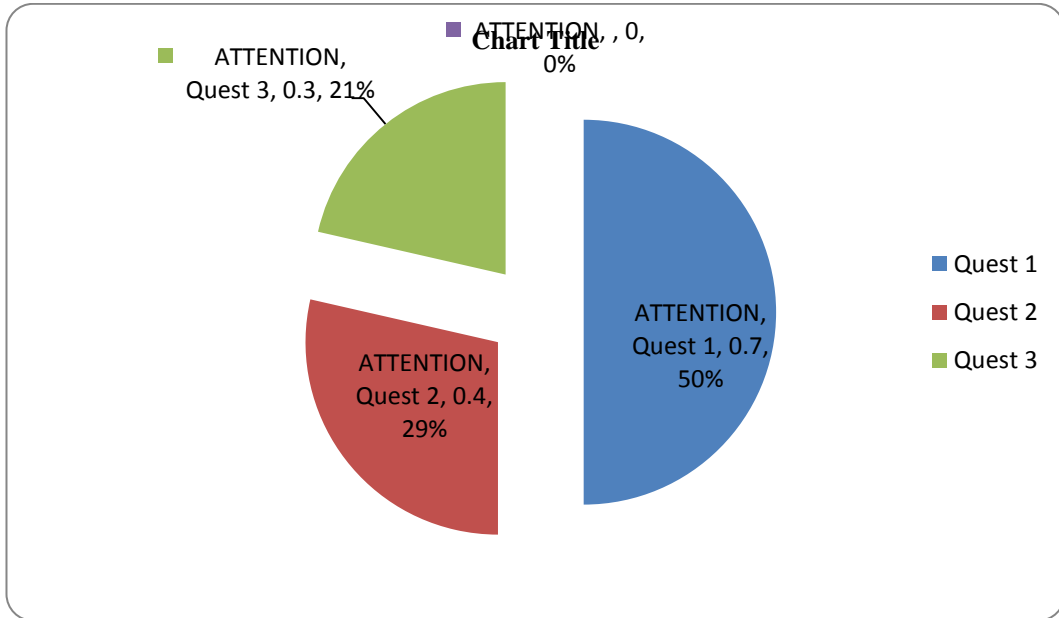
### BANK BNI Syraiah Kc Yogyakarta

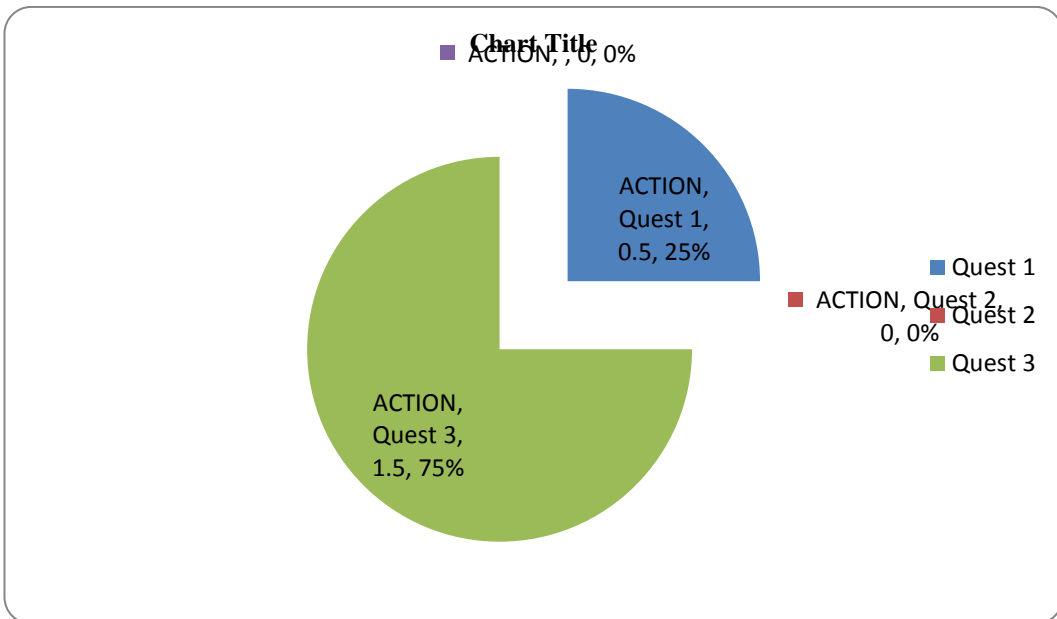
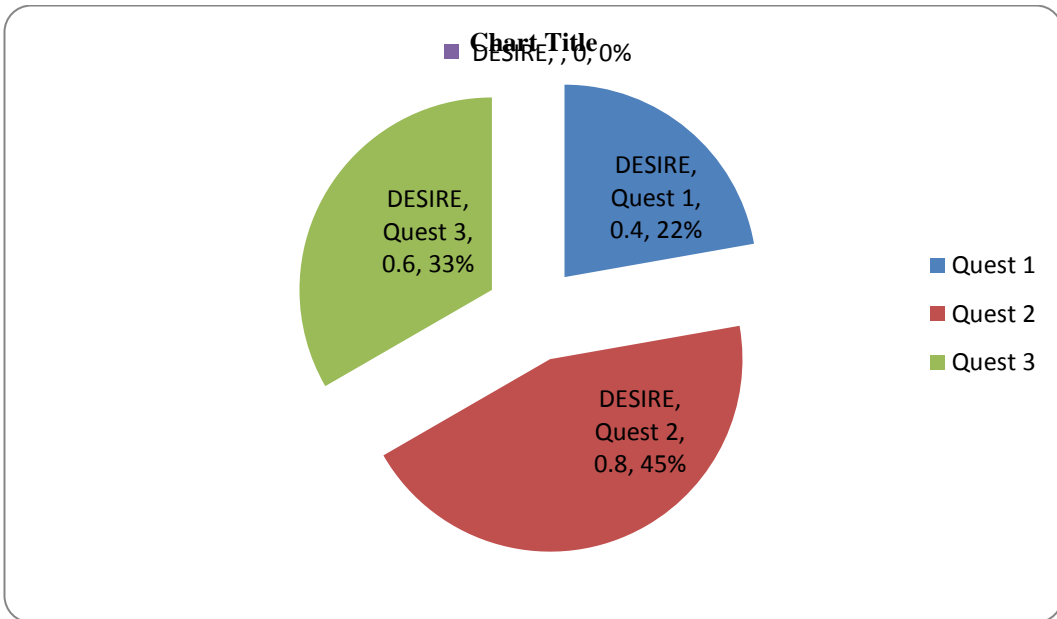
#### MEDIA IKLAN INTERNET



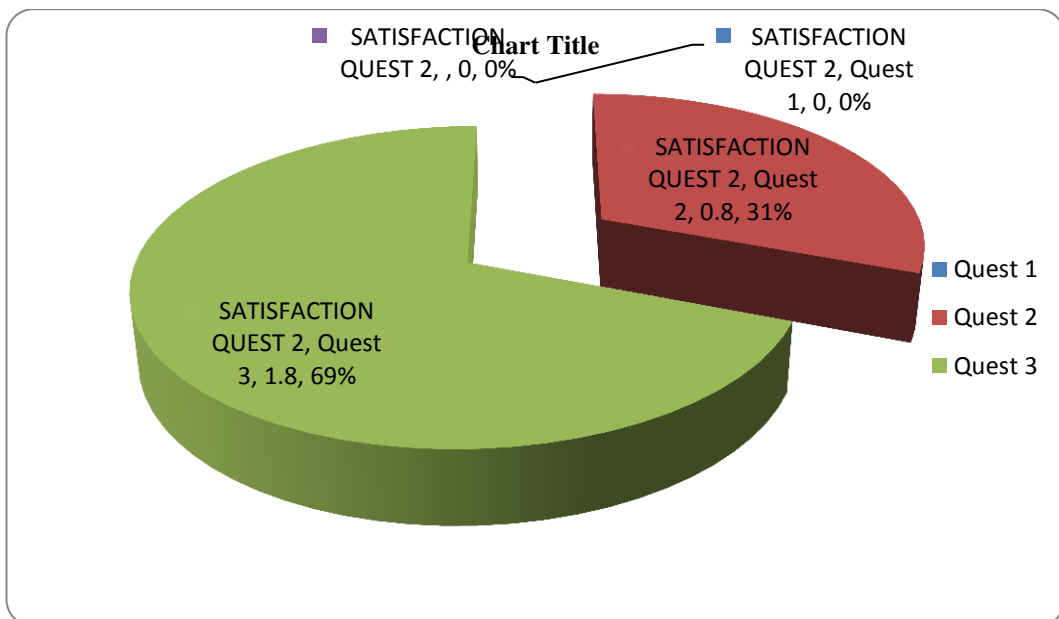
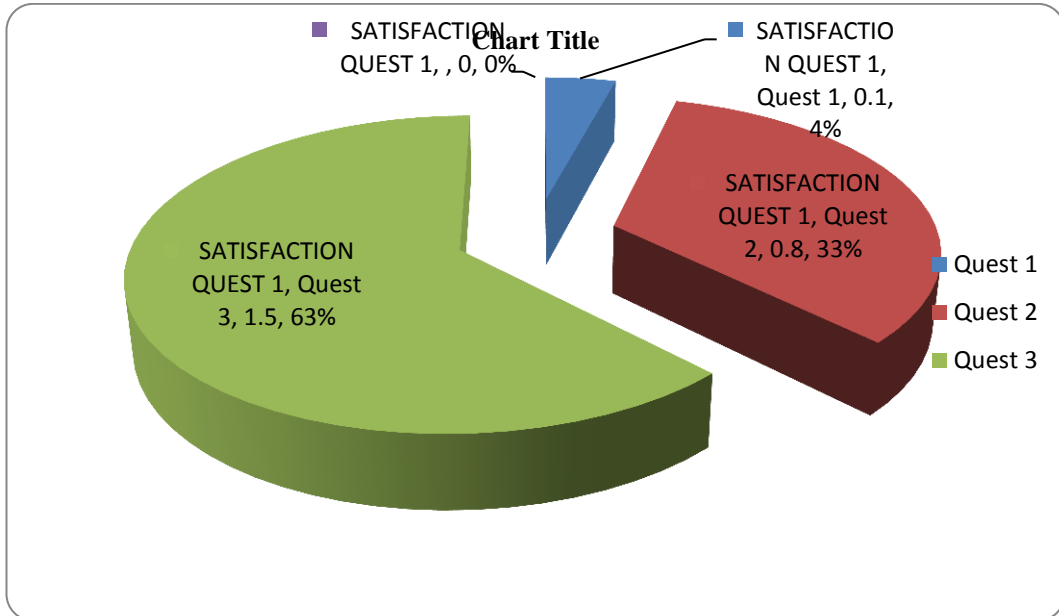


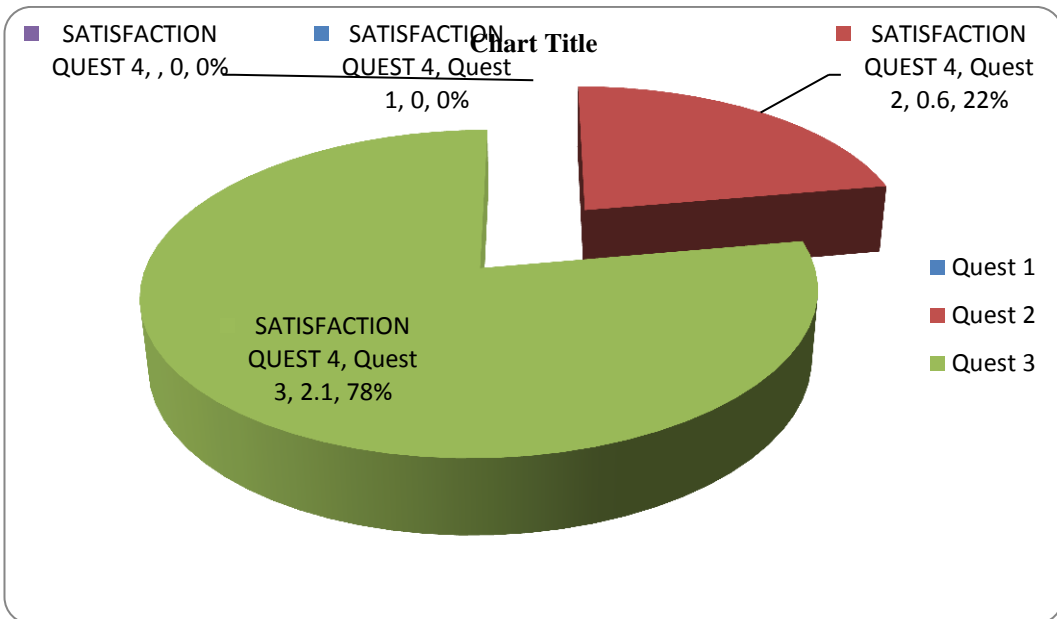
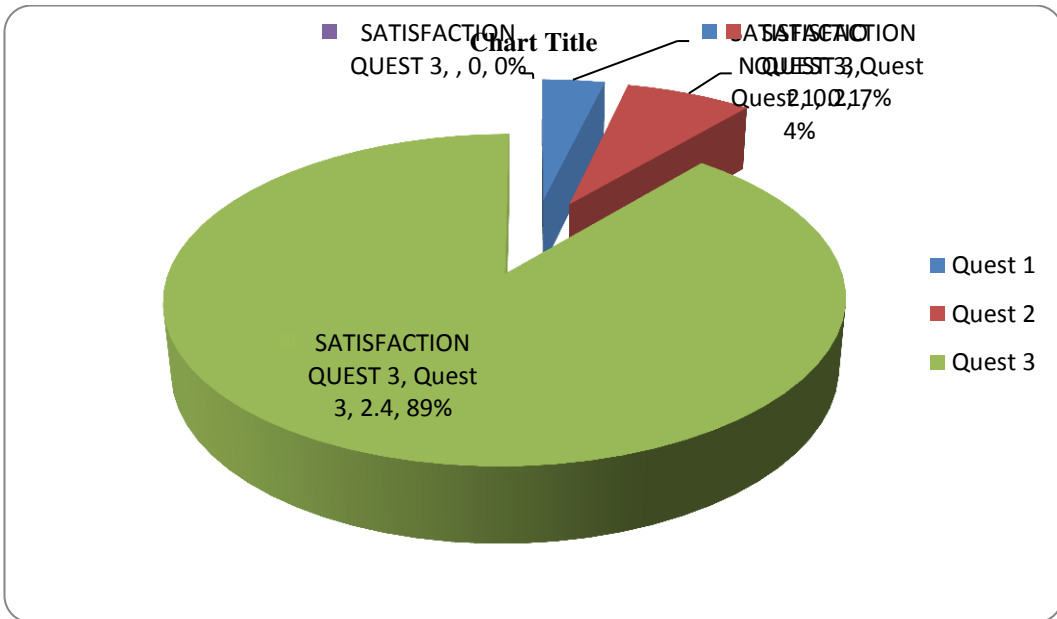
## MEDIA IKLAN BROSUR



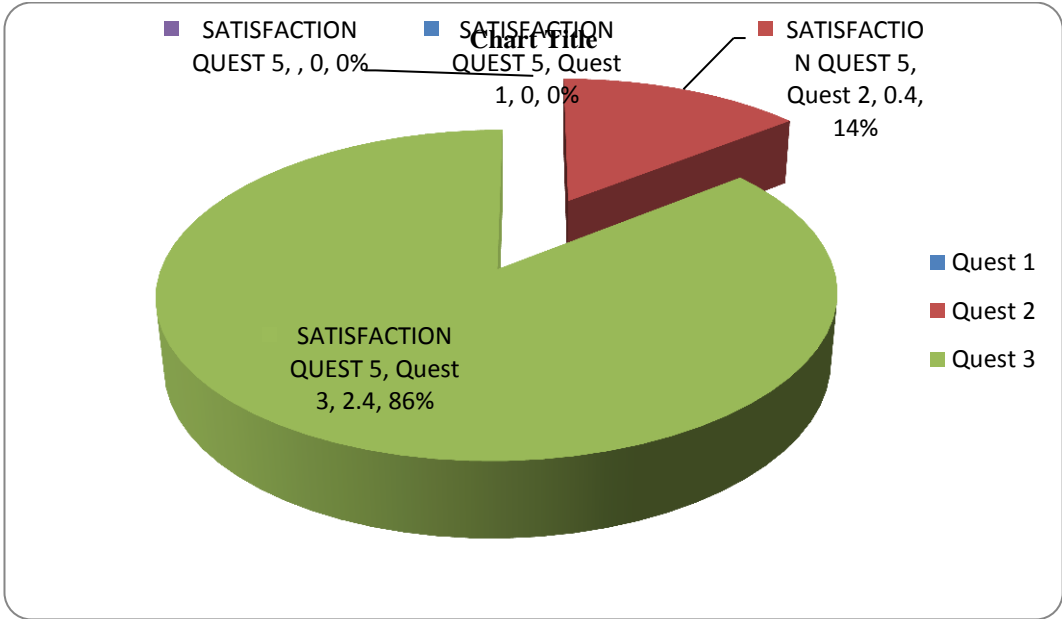


## SATISFACTION NASABAH









# KANTOR CABANG

## STRUKTUR

