

REVIEW OF BSI GRIYA MARKETING MIX STRATEGY
at PT. BANK SYARIAH INDONESIA
BRANCH OFFICE of JAKARTA, PONDOK INDAH

By: Diva Amanda Putri

Abstract

The product from Bank Syariah Indonesia is a home ownership financing product or commonly called BSI Griya. BSI Griya definitely does marketing and has a marketing strategy. Bank Syariah Indonesia uses the 7P marketing mix to market BSI Griya products. This writing aims to find out how BSI Bank carries out the 7P marketing mix for BSI Griya products. The research method used is qualitative descriptive techniques and the data collection technique is interviews. The population and sample in this research are employees of Bank BSI KC Jakarta Pondok Indah and customers from BSI Griya. Based on the research results, it shows that BSI Griya products use the 7P Marketing Mix well in BSI Griya financing products to increase the number of customers.

Keywords: *7P Marketing Mix, Bank Syariah Indonesia, BSI Griya*

**TINJAUAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN BSI GRIYA
PADA PT. BANK SYARIAH INDONESIA
KC JAKARTA PONDOK INDAH**

Oleh :
Diva Amanda Putri

ABSTRAK

Produk dari Bank Syariah Indonesia ialah produk pembiayaan kepemilikan rumah atau biasa disebut BSI Griya. BSI Griya pastinya melakukan pemasaran dan mempunyai strategi pemasaran. Bank Syariah Indonesia memakai bauran pemasaran 7P untuk memasarkan produk BSI Griya. penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Bank BSI melakukan bauran pemasaran 7P untuk produk BSI Griya. Metode penelitian yang dipakai adalah menggunakan Teknik Deskriptif kualitatif dan untuk Teknik pegumpulan data yaitu dengan wawancara. Untuk Populasi dan sampel pada penelitian ini, yaitu pegawai Bank BSI KC Jakarta Pondok Indah dan nasabah dari BSI Griya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa produk BSI Griya menerapkan Bauran Pemasaran 7P secara baik dalam produk pembiayaan BSI Griya untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran 7P, Bank Syariah Indonesia, BSI Griya