

**PENGARUH IKLAN PRODUK TABUNGAN HAJI BRI SYARIAH IB  
TERHADAP RESPON KBIH AISYIYAH BANTUL DENGAN  
PENDEKATAN AIDAS (Attention, Interest, Desire, Action, Satisfaction)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.EI) Strata Satu  
pada Prodi Ekonomi dan Perbankan Islam  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh :

**Margiereta Praditya Noor**

**20120730067**

**PRODI MUAMALAT**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2016**

## **HALAMAN MOTTO**

“One day, Makkah, Madinah, Jannah”

“Waktu itu bagaikan pedang, jika kamu tidak menggunakannya untuk memotong,  
ia akan memotongmu”

-H.R Bukhori Muslim-

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayahanda (Noor Sholeh) dan Ibunda (Suhariyati) tercinta terimakasih atas cinta, semangat, doa, motivasi dan dukungannya yang luar biasa sehingga saya mampu menyelesaikan semua ini.
2. Kakak dan adik-adikku (Krisna Okky Pradita Noor, Bima Aldisha Pamungkas Putra, dan Arjuna Galuh Adhi Pamungkas) tercinta terimakasih atas dukungan, semangat, dan doa yang diberikan.
3. Keluarga besarku di Jepara dan di Bandar Lampung yang selalu memberikan *Support* dan doanya.
4. Sahabat-sahabatku yang selalu mensupport dan membantuku.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarokatuh*

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad, taufiq, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul PENGARUH IKLAN PRODUK TABUNGAN HAJI BRI SYARIAH IB TERHADAP RESPON KBIH AISYIYAH BANTUL DENGAN PENDEKATAN AIDAS (*Attention, Interest, Desire, Action, Satisfaction*) sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang dengan agama islam.

Ucapan terimakasih atas segala bimbingan, arahan, dan bantuan serta motivasi yang telah diberikan, penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Cipto M.A selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Dr Mahli Zainuddin Tago M.SI selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Syarif As'ad S.EI M.SI selaku Kepala Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam serta selaku Dosen Pembimbing Sripsi yang telah

meluangkan waktunya untuk memberikan saran, petunjuk dan bimbingan yang sangat berarti kepada penulis selama penyusunan skripsi.

4. Seluruh Dosen Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah membantu kelancaran administrasi.
5. Bapak Sahari selaku Kepala KBIH Aisyiyah Bantul dan seluruh jajarannya yang telah memberikan izin untuk penelitian dan telah membimbing.

Yogyakarta, 08 Agustus 2016

Margiereta Praditya Noor

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
NOTA DINAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK .....	xv
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Batasan Penelitian .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	10
E. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI.....	12
A. Tinjauan Pustaka .....	12
B. Kerangka Teori .....	15

1. Pemasaran .....	15
2. Pemasaran Syariah .....	17
3. Pemasaran Jasa .....	20
4. Strategi Pemasaran .....	22
5. Strategi Pemasaran Jasa .....	23
6. Bauran Pemasaran .....	25
7. Promosi .....	26
8. Periklanan .....	27
9. Pengukuran Efektifitas Periklanan .....	30
10. Etika Iklan Atas Dasar Norma Agama Islam .....	32
11. Iklan Media Cetak (Brosur) .....	36
12. Iklan Televisi .....	37
13. Iklan Internet .....	40
14. Kelompok Belajar Ibadah Haji (KBIH) .....	41
15. Metode Bimbingan KBIH .....	44
16. Model AIDAS .....	46
C. Hipotesa Penelitian .....	49
D. Metode Penelitian .....	50
<b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Jenis Penelitian .....	51
B. Objek dan Subjek Penelitian .....	51
C. Populasi dan Sampel .....	52
D. Waktu Pelaksanaan .....	52

E. Jenis Data .....	53
F. Teknik Pengumpulan Data .....	53
G. Variabel Penelitian .....	54
1. Variabel Independent / Variabel Bebas (X) .....	54
2. Variabel Dependent / Variabel Terikat (Y).....	56
H. Uji Kualitas Data .....	57
1. Uji Validitas .....	57
2. Uji Reliabilitas .....	58
3. Teknik Analisis Data .....	58
4. Uji Hipotesis .....	59
5. Uji t .....	59
6. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	60
I. Sistematika Penulisan .....	60
<b>BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
A. Gambaran Umum BRISyariah .....	62
1. Latar belakang BRI Syariah .....	62
2. Visi dan Misi BRI Syariah .....	65
3. Alamat Kantor BRI Syariah di DIY .....	66
4. Daftar Pemegang Saham PT BRI Syariah.....	66
5. Produk-Produk BRI Syariah .....	67
6. Logo BRI Syariah .....	81
7. Alur Proses Promosi Bank BRI Syariah .....	82
8. Struktur Organisasi BRI Syariah .....	87



B. Gambaran Umum KBIH Aisyiyah Bantul .....	88
1. Sejarah Terbentuknya KBIH Aisyiyah Bantul .....	88
2. Perkembangan KBIH Aisyiyah Bantul .....	90
3. Struktur Organisasi KBIH Aisyiyah Bantul .....	94
C. Deskripsi Hasil Penelitian .....	95
1. Deskripsi Responden .....	96
2. Uji Instrumen Penelitian.....	98
3. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	101
4. Pengujian Hipotesis.....	103
5. Analisis Statistik Deskriptif .....	105
6. Pembahasan.....	126
BAB V : PENUTUP .....	108
A. Kesimpulan .....	130
B. Saran .....	132
C. Keterbatasan Penelitian.....	133
DAFTAR PUSTAKA .....	xix
LAMPIRAN .....	xxiii

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Pemegang Saham PT.BRIS.....	66
Tabel 4.2	Total Jumlah Haji Setiap Tahunnya.....	91
Tabel 4.3	Anggota BIHA Kabupaten Bantul.....	92
Tabel 4.4	Tingkat Usia Responden.....	96
Tabel 4.5	Jenis Kelamin Responden.....	97
Tabel 4.6	Jumlah Anak Responden.....	98
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	99
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	101
Tabel 4.9	Ringkasan Hasil Analisis Regresi Sederhana.....	102
Tabel 4.10	Tanggapan responden tentang perhatian ( <i>Attention</i> ) I.....	106
Tabel 4.11	Tanggapan responden tentang perhatian ( <i>Attention</i> ) II.....	107
Tabel 4.12	Tanggapan responden tentang minat ( <i>Interest</i> ) I.....	109
Tabel 4.13	Tanggapan responden tentang minat ( <i>Interest</i> ) II.....	111
Tabel 4.14	Tanggapan responden tentang keinginan ( <i>Desire</i> ) I.....	112
Tabel 4.15	Tanggapan responden tentang keinginan ( <i>Desire</i> ) II.....	114
Tabel 4.16	Tanggapan responden tentang tindakan ( <i>Action</i> ) I.....	116
Tabel 4.17	Tanggapan responden tentang tindakan ( <i>Action</i> ) II.....	117
Tabel 4.18	Tanggapan responden tentang kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) I.....	119
Tabel 4.19	Tanggapan responden tentang kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) II.....	121
Tabel 4.20	Tanggapan responden tentang kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) III.....	123
Tabel 4.21	Ringkasan Tanggapan Responden Tentang Variabel AIDA ....	124

## DAFTAR GAMBAR DAN GRAFIK

Gambar 2.1	Segitiga Pemasaran Jasa.....	23
Gambar 2.2	Model AIDA .....	47
Gambar 2.3	Alir Model Penelitian .....	50
Gambar 4.1	Tabungan Haji BRI Syariah IB .....	68
Gambar 4.2	Logo BRI Syariah.....	81
Gambar 4.3	Alur promosi iklan .....	82
Gambar 4.4	Iklan Melalui Koran Sindo.....	84
Gambar 4.5	Spanduk Ulang Tahun ke 6 BRIS .....	84
Gambar 4.6	Mobil Brand .....	85
Gambar 4.7	Kerjasama dengan Salon Muslimah.....	85
Gambar 4.8	Sponsor Kegiatan <i>Job Fair</i> Undip.....	85
Gambar 4.9	<i>Challenge</i> di Even <i>International Islamic Expo</i> .....	86
Gambar 4.10	Lomba Blog BRI Syariah di Web Krisalta.....	86
Gambar 4.11	BRI Syariah dalam Web Lain di Pencarian Google.....	87
Gambar 4.12	Struktur Organisasi BRI Syariah.....	87
Gambar 4.13	Struktur Organisasi KBIH Aisyiyah Bantul.....	94
Gambar 4.14	Tanggapan responden tentang perhatian ( <i>Attention</i> ) I Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	107
Gambar 4.15	Tanggapan responden tentang perhatian ( <i>Attention</i> ) II Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah.....	109

Gambar 4.16	Tanggapan responden tentang minat ( <i>Interest</i> ) I Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	110
Gambar 4.17	Tanggapan responden tentang minat ( <i>Interest</i> ) II Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	112
Gambar 4.18	Tanggapan responden tentang keinginan ( <i>Desire</i> ) I Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	114
Gambar 4.19	Tanggapan responden tentang keinginan ( <i>Desire</i> ) II Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	115
Gambar 4.20	Tanggapan responden tentang tindakan ( <i>Action</i> ) I Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	117
Gambar 4.21	Tanggapan responden tentang tindakan ( <i>Action</i> ) II Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	119
Gambar 4.22	Tanggapan responden tentang kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) I Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	121
Gambar 4.23	Tanggapan responden tentang kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) II Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	122
Gambar 4.24	Tanggapan responden tentang kepuasan ( <i>Satisfaction</i> ) III Pada Iklan Produk Tabungan BRI Syariah .....	124