

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Implementasi Spiritual Marketing Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk BTN Syariah KCPS Bukittinggi**”. Disusun oleh Syafa Aulia, Nim 3322061 skripsi mahasiswa program studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi spiritual marketing dalam meningkatkan pemasaran produk BTN Syariah KCPS Bukittinggi, dengan fokus pada tiga aspek spiritual marketing yaitu participants, process, dan personalization, serta pencapaiannya berdasarkan empat karakteristik spiritual marketing, yaitu teistis, etis, realistik, dan humanistik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi spiritual marketing di BTN Syariah KCPS Bukittinggi belum sepenuhnya optimal. Pada aspek participants, karyawan telah mendapat pelatihan yang memadai dan memahami nilai spiritual dalam layanan. Pada aspek process, prinsip kejujuran dan transparansi telah diterapkan dengan baik, khususnya dalam penjelasan produk seperti KPR Syariah. Namun pada aspek personalization, masih terdapat kesenjangan pemahaman antara karyawan dan nasabah, sehingga layanan kurang disesuaikan dengan kebutuhan spiritual individual nasabah. Dari segi karakteristik, teistis masih kurang optimal karena rendahnya pemahaman masyarakat tentang nilai syariah, sementara etis, realistik, dan humanistik telah dilaksanakan dengan baik melalui sikap santun, kejujuran, dan pendekatan manusiawi dalam pelayanan.

**Kata Kunci:** *Spiritual Marketing, Pemasaran, Produk, BTN Syariah*