

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PROMOTIONS ON CUSTOMER INTEREST IN FRIENDLY CREDIT PRODUCTS AT PT BANK BJB GARUT BRANCH OFFICE

By:

Regina Maharani Putri

NPM 213404076

Guide I: Yuyun Yuniasih, S E., M. Si

Guide II: Dede Arif Rahmani, S. Pd., M. M

This research aims to analyze the effect of promotions on customer interest in friendly credit products at PT Bank BJB Garut Branch Office. Promotion is considered an important factor that can increase customer interest in banking products. The research method used is a quantitative method. Data was collected through a questionnaire distributed to Bank BJB Garut Branch Office customers who had used or were interested in friendly credit products. The research results show that promotions have a significant influence on customer interest. Effective and well-targeted promotions have been proven to increase customer awareness and interest in friendly credit products. This research concludes that a good promotional strategy can increase customer interest and suggests that Bank BJB Garut Branch Office continue to optimize promotional activities to attract more customers.

Keywords: promotion, customer interest, friendly credit

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH PADA PRODUK KREDIT MESRA PT. BANK BJB KANTOR CABANG GARUT

Oleh:

Regina Maharani Putri

NPM 213404076

Pembimbing I: Yuyun Yuniasih, S E., M. Si

Pembimbing II: Dede Arif Rahmani, S. Pd., M. M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap minat nasabah pada produk kredit mesra di PT Bank BJB Kantor Cabang Garut. Promosi dianggap sebagai salah satu factor penting yang dapat meningkatkan minat nasabah terhadap produk perbankan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah Bank BJB Kantor Cabang Garut yang telah menggunakan atau tertarik pada produk kredit mesra. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Promosi yang efektif dan tepat sasaran terbukti meningkatkan kesadaran dan minat nasabah terhadap produk kredit mesra. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi promosi yang baik dapat meningkatkan minat nasabah dan menyarankan agar Bank BJB Kantor Cabang Garut terus mengoptimalkan kegiatan promosi untuk menarik lebih banyak nasabah.

Kata kunci: promosi, minat nasabah, kredit mesra