

ABSTRACT

IMPLEMENTATION OF CREDIT PRODUCT PROMOTION STRATEGIES

ACTIVE FLEXITION IN INCREASING CUSTOMER INTEREST

IN PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK

BRANCH OFFICE TASIKMALAYA

By:

Dini Andriyani

NPM. 213404025

Guide I : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Guide II : Mira Rahmawati, S.P.,M.M.

The purpose of this research is to determine the application of promotional strategies for flexi credit products in increasing customer interest at PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Tasikmalaya Branch Office. The research method used is a qualitative descriptive method. The data collection techniques used for primary and secondary data were carried out through Participant Observation and In-depth Interviews. Data analysis techniques used include data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results stated that PT. Bank Negara Indonesia KC Tasikmalaya in increasing customer or potential customer interest in flexi credit products by using Promotional Mix has an impact on customer development. In marketing flex credit products, competition between sales and PT. Bank Negara Indonesia KC Tasikmalaya does not have a database.

Keywords : Strategy, Promotion, Flexion Credit, Customer Interest.

ABSTRAK

PENERAPAN STRATEGI PROMOSI PRODUK KREDIT FLEKSI AKTIF DALAM MENINGKATKAN MINAT NASABAH DI PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG TASIKMALAYA

Oleh:

Dini Andriyani

NPM. 213404025

Pembimbing I : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M.

Pembimbing II : Mira Rahmawati, S.P.,M.M.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui penerapan strategi promosi produk kredit fleksi dalam meningkatkan minat nasabah di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk data primer dan sekunder dilakukan melalui *Participant Observation* dan *In depth Interview*. Teknik analisa data yang digunakan melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menyatakan bahwa PT. Bank Negara Indonesia KC Tasikmalaya dalam meningkatkan minat nasabah atau calon nasabah terhadap produk kredit fleksi dengan menggunakan dengan *Promotional Mix* berdampak pada keefektifan dalam perkembangan nasabah. Dalam memasarkan produk kredit fleksi, persaingan antar sales dan PT. Bank Negara Indonesia KC Tasikmalaya tidak memiliki database.

Kata Kunci : Strategi, Promosi, Kredit Fleksi, Minat Nasabah.