

## **ABSTRACT**

### **STRATEGI BAURAN PEMASARAN TABUNGAN TANDAMATA SIMUDA PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN KANTOR CABANG BANJAR**

*By :*

Aisya Hoerunisa

NIM 183404034

*Guidance:*

Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si

Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M

The purpose of this research is to find out the marketing mix strategy of Tandamata Simuda Savings PT. Regional Development Banks of West Java and Banten Banjar Branch Offices, and to find out the obstacles and solutions in the marketing mix strategy of Tandamata Simuda savings at PT. Regional Development Bank of West Java and Banten Banjar Branch Office. The author uses several research methods in collecting their data using in-depth interview techniques and participatory observation to obtain information about the marketing strategy of the Tandamata Simuda savings product by making direct observations and then using the literature study method which obtains data obtained from book sources. The results showed that the marketing strategy of the Simuda Signature Savings account carried out by bank bjb at the Banjar branch office used a 7P marketing mix consisting of product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence. The obstacles faced were miscommunication about the maximum age for registering the SIMUDA savings account, prospective customers did not yet have a main account as a source of funds, either savings or current accounts at bank bjb and the availability of promos desired by customers was difficult to find.

*Keywords: Strategy, Marketing Mix, Savings, Bank*

**ABSTRAK**

**STRATEGI BAURAN PEMASARAN TABUNGAN TANDAMATA SIMUDA PADA  
PT.BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN KANTOR  
CABANG BANJAR**

Oleh :

Aisya Hoerunisa

*Guidance:*

Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si

Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bauran pemasaran tabungan tandamata simuda PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Banjar, dan mengetahui hambatan serta solusi dalam strategi bauran pemasaran tabungan tandamata simuda pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Kantor Cabang Banjar. Penulis menggunakan beberapa metode penelitian dalam pengumpulan data diantaranya menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi partisipasi untuk memperoleh informasi mengenai strategi bauran pemasaran produk tabungan tandamata simuda dengan melakukan pengamatan secara langsung kemudian menggunakan metode studi kepustakaan yang perolehan datanya diperoleh dari berbagai sumber buku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran tabungan tandamata simuda yang dilakukan bank bjb kantor cabang Banjar menggunakan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari product, price, place, promotion, people, process, dan phyiscal evidance. Adapun hambatan yang dihadapi yaitu adanya miskomunikasi tentang usia maksimal pendaftaran tabungan tandamata simuda, calon nasabah belum memiliki rekening utama sebagai sumber dana baik tabungan ataupun giro di bank bjb dan adanya promo yang diinginkan oleh nasabah sulit dicari.

Kata Kunci : Strategi, Bauran Pemasaran, Tabungan, Bank