

ABSTRAK

STRATEGI PROMOSI PROGRAM BOOSTER AKUISISI DALAM UPAYA PENINGKATAN JUMLAH NASABAH EMERALD PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (persero) TBK KANTOR CABANG PEMBANTU PANGANDARAN

Oleh :

Nina Darmayanti

193404036

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

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

Tujuan penulis Tugas Akhir untuk mengetahui pelaksanaan Strategi Promosi “Program Booster Akuisisi Nasabah Emerald” upaya menarik minat, meningkatkan *Loyal Customer* yang menjadi pelanggan tetap agar perusahaan mendapatkan keuntungan, namun bagaimana agar mereka tetap melakukannya, dengan cara harus di dorong dengan adanya hubungan baik yang terjalin antara perusahaan dengan konsumennya dan mengetahui hambatan serta solusi dalam pelaksanaan “Program Booster Akuisisi Nasabah Emerald” hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan lain serta meningkatkan pelayanan kepada Nasabah. Dengan alasan tersebut. Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan sumber data primer, teknik pengumpulan data dilakukan dengan In Depth Interview Dan Participant Observasi. Hasil penelitiannya yaitu bahwa strategi pemasaran pada Bank Negara Indonesia KCP Pagandaran untuk meningkatkan jumlah Nasabah Emerald yaitu dengan cara mempromosikan melalui Program Booster Akuisisi Nasabah Emerald. Diantaranya yaitu : Program New To Emerald, Staff Get Emerald, Digital Acquisition, Emerald Get Emerald, Get Your Gold, Reward New To NOC. Berdasarkan hambatan yang dihadapi juga solusi yang harus diperhatikan oleh pihak Bank diantaranya : Konsisten dalam menawarkan produk Emerald kepada Nasabah.

Kata kunci : Program Booster, Bank, Promosi.

ABSTRACT

**STRATEGI PROMOSI PROGRAM BOOSTER AKUISISI DALAM UPAYA
PENINGKATAN JUMLAH NASABAH EMERALD PADA PT BANK
NEGARA INDONESIA (persero) TBK KCP PANGANDARAN**

By :

Nina Darmayanti

193404036

Guidance :

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

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

The author's purpose of the final project is to find out the implementation of the promotion strategy "Emerald Customer Acquisition Booster Program" in an effort to attract interest, increase loyal customers who become regular customers so that the company can benefit, but how to keep them doing it, in a way that must be encouraged by good relationships that exist between the company and its customers and knowing the obstacles and solutions in the implementation of the "Emerald Customer Acquisition Booster Program" this is done to face competition with other companies and improve service to customer. With that reason. The research approach used is qualitative research with primary data sources, data collection techniques are carried out by in depth interviews and observations. The result of the research is that the Marketing Strategy at the Bank BNI KCP Pangandaran to increase the number of emerald customers is by promoting it through the Emerald Customer Acquisition Booster Program. Among them are : New To Emerald Program, Staff Get Emerald, Digital Acquisition, Emerald Get Emerald, Get Your Gold, New To NOC, based on the obstacles faced, solutions that must be considered by the bank include : consistent in offering emerald products to customer.

Key words : Program Booster, Bank, Promotion