

ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK PINJAMAN DI PT BANK MANDIRI TASPEN KANTOR CABANG PEMBANTU CIAMIS

Oleh:

Putri Dwi Lestari

NIM. 193404022

Pembimbing I : Agi Rosyadi., S.E., M.M.
Pembimbing II : Dedeh Sri Sudaryanti., S.E., M.Si.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran pada produk pinjaman di Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Ciamis. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Ciamis yaitu sosialisasi, kunjungan nasabah, *telemarketing*, dan program unggulan Mantap Indonesia. Bauran komunikasi pemasaran yang digunakan yaitu periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, pemasaran langsung, serta acara dan pengalaman Sebelum melakukan strategi komunikasi pemasaran ada beberapa unsur yang merupakan syarat mutlak yaitu *segmenting*, *targeting* dan *positioning*. Kendala yang seringkali dihadapi oleh Bank Mandiri Taspen Kantor Cabang Pembantu Ciamis yaitu *targeting failure*, persaingan produk antar bank, serta kondisi, jarak, dan waktu.

Kata Kunci: Strategi komunikasi pemasaran, produk bank