

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF HOUSE OWNERSHIP CREDIT (KPR) GAUL PRODUCT FOR MILLENNIAL GENERATION AT BANK PEMBANGUNAN JAWA BARAT AND BANTEN SUBANG REPRESENTATIVE OFFICE

By:

Agus Feri Hartawan

NPM. 203404068

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

Guidance II: Ali Subrata S.E., M.M

The purpose of this research was to determine the implementation of the marketing strategies of Kredit P at PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten branch office Subang. The research method approach used is a qualitative method approach that focuses on in-depth observation, with data collection techniques namely observation, interviews and literature studies. Based on the results of the research, the marketing strategies of Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul at PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten branch office Subang is to do advertising, personal selling, sales promotion, and publicity. However, before carrying out a marketing strategy, there is a marketing approach which is an absolute requirement, namely segmenting, targeting and positioning (STP) and using the marketing mix (7P) consisting of product, price, place and promotion. (promotion), people (people), physical evidence (physical evidence), and process (process). Obstacles faced by bank bjb branch office Subang, namely the price level (interest rate) is higher than competing banks, The cost in the sales promotion process is quite high, and the lack of human resource in the bank.

Keywords: Segmenting, Targeting, Positioning, 7P, KPR gaul,

ABSTRAK
STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT PEMILIKAN RUMAH
(KPR) GAUL BAGI KALANGAN MILENIAL PADA BANK
PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN KC SUBANG

Oleh:

Agus Feri Hartawan

NPM. 203404068

Pembimbing I : Mira Rahmawati SP., MM

Pembimbing II: Ali Subrata S.E., M.M

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pelaksanaan strategi pemasaran produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul pada Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten kantor cabang Subang. Pendekatan metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan metode kualitatif yang fokus pada pengamatan mendalam, dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara serta studi kepustakaan. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten kantor cabang Subang yaitu melakukan periklanan, *personal selling*, *sales promotion*, dan publisitas. Namun sebelum melakukan strategi pemasaran, terdapat pendekatan pemasaran yang merupakan syarat mutlak yaitu *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP) serta menggunakan bauran pemasaran (7P) yang terdiri dari *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat), dan *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik), dan *process* (proses). Kendala yang dihadapi oleh bank bjb kantor cabang Subang yaitu tingkat harga (suku bunga) lebih tinggi dari bank kompetitor, Biaya dalam proses *sales promotion* yang cukup tinggi, dan kurangnya SDM dalam Bank.

Kata Kunci: *Segmenting*, *Targeting*, *Positioning*, 7P, KPR Gaul