

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF THE PROMOTION MIX IN MARKETING THE GAUL HOME OWNERSHIP LOAN (KPR) FOR MILLENNIALS AT PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT AND BANTEN Tbk CIKURUBUK SUB-BRANCH OFFICE

By:

Erick Setiadi
NPM. 223404085

Advisor I : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

Advisor II : Sakifah, S.E.I., M.E.

This study aims to analyze the effectiveness of the promotion mix strategy in marketing the Gaul Home Ownership Loan (KPR) product specifically targeted at the millennial generation at PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk, Cikurubuk Sub-Branch Office. The research method used is a qualitative descriptive approach, with data collected through interviews, observations, and documentation. This study evaluates five main components of the promotion mix: advertising, sales promotion, personal selling, public relations, and direct marketing, and assesses their effectiveness using goal, process, and resource-based approaches. The findings indicate that the implementation of the promotion mix strategy is not yet optimal, particularly in utilizing digital media channels that align with millennial characteristics. Key obstacles include limited human resources, low financial literacy, and underdeveloped promotional innovation. To improve effectiveness, the study recommends developing digital-based marketing strategies, enhancing human resource capabilities, and expanding financial education for the millennial market. This research contributes to the formulation of more targeted marketing strategies for banking products, especially those aimed at younger generations.

Keywords: *Effectiveness, Promotion Mix, Gaul Mortgage Loan, Millennials, Marketing Strategy*

ABSTRAK

EFEKTIVITAS *PROMOTION MIX* DALAM PEMASARAN KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) GAUL UNTUK GENERASI MILENIAL PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN Tbk KANTOR CABANG PEMBANTU CIKURUBUK

Oleh:

Erick Setiadi
NPM. 223404085

Pembimbing I : Andri Helmi Munawar, S.E., M.M.

Pembimbing II : Sakifah, S.E.I., M.E.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi *promotion mix* dalam memasarkan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul yang ditujukan khusus untuk generasi milenial pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik deskriptif, serta pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini mengkaji lima komponen utama *promotion mix*: periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung, serta mengevaluasi efektivitasnya berdasarkan tiga pendekatan: sasaran, proses, dan sumber daya. Hasil analisis menunjukkan bahwa implementasi *promotion mix* pada pemasaran KPR Gaul belum optimal, terutama dalam pemanfaatan media digital yang relevan dengan karakteristik generasi milenial. Kendala utama yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi keuangan, dan belum maksimalnya inovasi dalam kegiatan promosi. Untuk meningkatkan efektivitas promosi, disarankan agar bank mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital, meningkatkan kualitas SDM, dan memperluas edukasi keuangan kepada target pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi pemasaran produk perbankan yang lebih tepat sasaran, khususnya bagi kalangan milenial.

Kata Kunci: Efektivitas, *Promotion Mix*, KPR Gaul, Generasi Milenial, Strategi Pemasaran