

ABSTRAK

Latar belakang skripsi ini disebabkan adanya pertumbuhan industri perbankan yang berkelanjutan tentunya harus dengan rencana pemasaran yang dapat diterima dan efektif. Pencapaian tujuan tersebut membutuhkan profesional perbankan yang berkualitas, inovasi dan kreativitas, dimana pemasaran merupakan salah satu bidang yang harus dikuasai. Skripsi ini dibuat untuk mengetahui “Analisis Strategi Pemasaran Pada Bank BJB Kota Bandung Cabang Suci”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi pemasaran di Bank BJB untuk menarik minat konsumen, menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Teknik keabsahan data dengan uji kredibilitas, uji transferability, uji dependability dan uji confirmability. Objek penelitian adalah Bank BJB Kota Bandung Cabang Suci.

Hasil penelitian (1) Perencanaan pemasaran di Bank BJB untuk menarik minat konsumen dilakukan dengan cara base vibase. (2) Strategi pemasaran di Bank BJB untuk kepuasan konsumen meliputi : Bank BJB menciptakan diferensiasi produk, harga, lokasi, promosi, nasabah, bukti fisik dan proses. (3) Evaluasi pemasaran yaitu melakukan survey berupa pengisian kuisioner. Simpulan dan rekomendasi agar Bank BJB mempertahankan strategi tetap mengarah pada sasarannya dan untuk menunjukkan kapan penyesuaian dibutuhkan.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Bank BJB

ABSTRACT

The background of this script is due to the continued growth of the banking industry, of course it must be with an acceptable and effective plan. Achieving this goal requires qualified banking professionals, innovation and creativity, where marketing is one area to be mastered. This script was created to find out "Analysis of Marketing Strategies on BJB Bank Bandung City Suci Branch".

The purpose of this study is to identify and analyze the planning, organization, implementation and evaluation of marketing in BJB Bank to attract consumers, using a qualitative approach of descriptive methods. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. Data analysis used data reduction, data presentation, and data verification. Data validity techniques with credibility tests, transferability tests, dependability tests and commitability tests.

The research object is the BJB Bank Bandung Suci Branch. Research results (1) Marketing planning at BJB Bank to attract consumers was conducted by base vibase. (2) Marketing strategies at BJB Bank for consumer satisfaction include: BJB Bank creates product differentiation, price, location, promotion, customer, physical evidence and process. (3) Marketing evaluation is to conduct a survey in the form of a quissionary charge. The conclusions and recommendations for the BJB Bank to maintain a fixed strategy towards its target and to indicate when adjustments are needed.

Keywords: Strategy, Marketing, Bank BJB