

ABSTRACT

REACTUALIZATION OF MARKETING MIX (7P) IN INCREASING THE NUMBER OF CUSTOMERS ON CREDIT CARDS AT PT. BANK NEGARA INDONESIA SUPPORTING BRANCH OFFICE (KCP) CIAMIS

By:

Salsabila

NPM 213404003

Guide I : Dedeh Sri Sudaryanti, S.E., M.Si.

Guide II : Hj. Noneng Masitoh, Ir., M.M

The aim of this research is to find out how the Marketing strategy is to increase the number of customers on credit card products through the 7P Marketing Mix at PT. Bank Negara Indonesia KCP Ciamis. The approach to this research uses qualitative. The data collection techniques used in this writing are secondary and primary data. Marketing strategy is a way to market the products produced so that these products can attract potential customers. Marketing strategy has an important role in achieving the desired sales targets. In Marketing this credit card product, there are factors that become obstacles, such as a lack of Marketing for credit cards. To maximize marketing, the Marketing Mix is used, namely product, price, promotion, place, people, physical evidence, process, these seven things are related to each other and cannot be separated. With the Marketing Mix or Marketing Mix of PT. Bank Negara Indonesia KCP Ciamis can market credit card products more effectively and maximally.

Keywords: Marketing Mix, credit card, Marketing strategy

ABSTRAK

REAKTUALISASI *MARKETING MIX* (7P) DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA KARTU KREDIT DI PT. BANK NEGARA INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU (KCP) CIAMIS

Oleh:

Salsabila

NPM 213404003

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

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

Tujuan dari penelitian ini mengetahui bagaimana strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah nasabah pada produk kartu kredit melalui *Marketing Mix* 7P di PT. Bank Negara Indonesia KCP Ciamis. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan Kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penulisan ini adalah data sekunder dan primer. Strategi *Marketing* merupakan suatu cara untuk memasarkan produk yang dihasilkan agar produk tersebut dapat menarik calon nasabah. Strategi *Marketing* mempunyai peranan penting guna mencapai target penjualan yang diinginkan. Dalam pemasaran produk kartu kredit ini terdapat faktor yang menjadi kendala seperti kurangnya pemasaran terhadap kartu kredit. Untuk memaksimalkan pemasaran maka digunakan *Marketing Mix* yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*, *people*, *Physical Evidence*, *process*, ketujuh hal tersebut saling berkaitan satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan. Dengan adanya *Marketing Mix* atau bauran pemasaran PT. Bank Negara Indonesia KCP Ciamis dapat memasarkannya lebih efektif dan maksimal terhadap produk kartu kredit.

Kata Kunci: *Marketing Mix*, kartu kredit, strategi pemasaran