

## **ABSTRAK**

### **PENERAPAN BAURAN PEMASARAN (*MARKETING MIX*) KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SUBSIDI PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), TBK KANTOR CABANG TASIKMALAYA**

**Oleh:**

**Salma Nurfadhilah**

**173404040**

**Pembimbing:**

**Yuyun Yuniasih**

**Agi Rosyadi**

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini untuk mengetahui penerapan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) pada Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Subsidi. Dalam penerapan bauran pemasaran KPR Subsidi pelaksanaannya mudah dan cepat sehingga nasabah bisa terlayani dengan baik. Perusahaan jasa khususnya Perbankan dalam melakukan pemasaran salah satunya dengan promosi, promosi ini sebagai kegiatan untuk menarik minat nasabah baru dan mempertahankan nasabah yang sudah ada. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *Participant Observe*, Wawancara, dan Studi pustaka. PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya dalam penerapan bauran pemasaran menggunakan strategi dengan variabel yang disingkat 7P, yaitu *Produk, Price, Place, Promotion, People, Process dan Physical Evidence*. Selain itu, hambatan yang sering ditemui dalam penerapan bauran pemasaran KPR Subsidi sangat beragam misalnya persaingan suku bunga. Maka untuk mengatasi hasil tersebut pihak bank harus mengadakan promo yang bisa meningkatkan minat nasabah lebih banyak.

**Kata Kunci: Bauran Pemasaran (Marketing Mix), KPR Subsidi, Bank**