

## ABSTRAK

### STRATEGI PEMASARAN PRODUK KREDIT KONSUMER PADA PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN (PERSERO) TBK KANTOR CABANG PEMBANTU RANCAH

Oleh :

**Syifa Salsabila**

193404074

Pembimbing I : Dede Arif Rahmani., S.Pd., M.M

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

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Pemasaran Produk Kredit Konsumer di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten KCP Rancah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskripsi kualitatif sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *Participant Observation*, *Depth Interview* dan Studi Pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan Bank BJB KCP Rancah dalam memasarkan produk perkreditannya adalah bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, bukti fisik. Hambatan yang dihadapi Bank BJB KCP Rancah adalah Nasabah yang menutup diri, Fasilitas kredit bank BJB yang tidak bisa mengcover kredit bermasalah milik nasabah, Adanya biaya penalti kredit di Bank lain. Hasil penelitian ini penulis merekomendasikan untuk lebih meningkatkan dan mengembangkan strategi pemasaran yang berkualitas sehingga diharapkan nasabah mempercayai bank untuk memiliki produk yang ditawarkan dengan gencar melakukan promosi supaya dapat bersaing dengan produk kompetitor.

**Kata Kunci: Strategi, pemasaran, bank, kredit konsumer**