



**Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Putri Lutfi Ilmania  
44314010027**

*Implementasi Strategi Promosi Bank Permata Bintaro Untuk Memperkenalkan*

*Produk Permata Tabungan Bebas Tahun 2017*

Jumlah Halaman : xiv + 96 Halaman + 34 Lampiran

Bibliografi : 17 acuan , Tahun 1991-2011

## **ABSTRAK**

Perkembangan digitalisasi sekarang ini membuat industri perbankan semakin keras, berbagai macam informasi dapat diakses dalam waktu yang sangat cepat dan mudah. Seperti hal nya pada perusahaan perbankan. Bank Permata merupakan sebuah bank swasta utama yang menawarkan produk dan jasa inovatif serta komprehensif. Maka hal itu salah satu yang menunjang keberhasilan penjualan adalah promosi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Implementasi strategi promosi yang dilakukan bank permata pada produk permata tabungan bebas.

Peneliti menggunakan teori dalam buku nya George E. Blech Michael A. Belch *Introduction to Advertising & Promotion* yang meliputi elemen-elemen bauran promosi. Hal yang di pelihatkan adalah mengenai implementasi strategi promosi yang dilakukan bank permata dalam meluncurkan produk baru.

Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melewati wawancara mendalam.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa implementasi strategi promosi yang dilakukan bank permata telah berhasil diketahui oleh nasabah pada produk baru yang dimilikinya.

Kata Kunci : Implementasi, Strategi Promosi, Permata Tabungan Bebas, Perbankan



**Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Putri Lutfi Ilmania  
44314010027**

*Implementasi Strategi Promosi Bank Permata Bintaro Untuk Memperkenalkan  
Produk Permata Tabungan Bebas Tahun 2017*

Jumlah Halaman : xiv + 96 Halaman + 34 Lampiran  
Bibliografi : 17 acuan , Tahun 1991-2011

## **ABSTRACT**

The development of digitalization now makes the banking industry even harder, a variety of information can be accessed in a very fast and easy. As it does with banking companies. Bank Permata is a premier private bank offering innovative and comprehensive products and services. So it is one that support the success of sales is promotion. This research was conducted to find out the implementation of promotion strategy conducted by gem banks in free gem savings product.

Researchers use the theory in his book George E. Blech Michael A. Belch Introduction to Advertising & Promotion which includes elements of promotion mix. The thing that is shown is about the implementation of promotional strategies conducted by gem banks in launching new products.

This research is qualitative by using constructivist paradigm. The method used in this research is descriptive-qualitative method by using data collection technique through in-depth interview.

Based on the results of the study, the researchers concluded that the implementation of promotional strategies conducted by gem banks has been successfully identified by customers on their new products.

**Keywords:** Implementation of Promotion Strategy, Promotion, Permata Tabungan Bebas, Perbankan