



**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GUNA MENDUKUNG
KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN Cabang Pangeran Jayakarta)**

TESIS



Oleh

**UNIVERSITAS
VICKY AMELIA CORINNA**

55219120030

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2022**

COVER DALAM TESIS



**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GUNA MENDUKUNG
KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN Cabang Pangeran Jayakarta)**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Oleh

VICKY AMELIA CORINNA

55219120030

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

2022

i



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Vicky Amelia Corinna
NIM : 55219120030
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Guna
Mendukung Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN Cabang
Pangeran Jayakarta)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Juni 2022

Dosen Pembimbing

(Dr. Heri Budianto, M.Si)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Guna Mendukung
Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN
Cabang Pangeran Jayakarta)

Nama : Vicky Amelia Corinna

NIM : 55219120030

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication

Tanggal : 25 Juni 2022

Jakarta, 25 Juni 2022
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

(.....)
(.....)
(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Guna Mendukung
Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN
Cabang Pangeran Jayakarta)

Nama : Vicky Amelia Corinna

NIM : 55219120030

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Cooperate and Marketing Communication

Tanggal : 25 Juni 2022

MERCU BUANA

Jakarta, 25 Juni 2022
Mengetahui,

- a. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)
- b. Penguji Ahli :
(Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si)
- c. Pembimbing :
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

(.....)

(.....)

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Vicky Amelia Corinna
NIM : 55219120030
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Guna Mendukung Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN Cabang Pangeran Jayakarta)

Jakarta, 25 Juni 2022

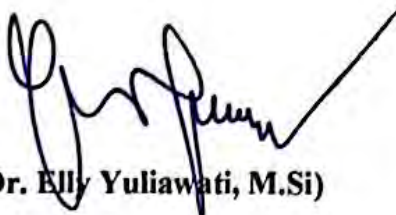
Dosen Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Heri Budianto, M.Si)

**Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi**



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

**Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi**



(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Vicky Amelia Corinna

NIM : 55219120030

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul "ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN GUNA MENDUKUNG KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN Cabang Pangeran Jayakarta)", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 9 May 2022, didapatkan nilai persentase sebesar 24%.

Jakarta, 09 May 2022

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Sukadi, SE., MM

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Guna Mendukung
Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN
Cabang Pangeran Jayakarta)
Nama : Vicky Amelia Corinna
NIM : 55219120030
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 25 Juni 2022

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 Juni 2022



(Vicky Amelia Corinna)



Thesis : Analysis of Marketing Communication Strategy to Support Customer Satisfaction (Case Study of KPR Distribution at BTN Pangeran Jayakarta Branch)

Pages : 134 pages (i-xvii)

Bibliography : 19 Books / 12 Journals (Bibliography 2001-2021)

ABSTRACT

Based on the situation and conditions that occur, even in the current era where people's demand for houses every year continues to grow. This is a challenge for banks that hold mortgage products in it. It takes a slick marketing communication strategy and is able to invite prospective customers and even maintain old customers not to move to other banks. Because basically the marketing strategy carried out by several banks must be different in each bank. Marketing strategy is a strategy used to achieve trading objectives, which includes market conditions, positioning, marketing mix, and details of the cost of trading. The purpose of this study was to determine the marketing communication strategy undertaken by Bank BTN Pangeran Jayakarta branch to improve customer satisfaction and to determine the constraints that arise in the implementation of marketing communication strategies to improve customer satisfaction. The theory used in this study is the theory of marketing communication strategy, namely the identification of target markets, communication objectives, designing communication, marketing communication channels (personal and non-personal channels), and marketing communication mix (event marketing, sales marketing, direct marketing, and digital marketing). The type of research conducted is descriptive using a qualitative approach. The object of this study is a mortgage in BTN Branch Prince Jayakarta. Data collection techniques using interviews and data analysis used are data reduction, data display and conclusion.

The results of this study indicate that the marketing communication strategy undertaken by Bank BTN Pangeran Jayakarta branch to support customer satisfaction through five stages such as segment determination, marketing communication objectives, message design, communication channels and marketing communication mix. Meanwhile, the obstacles faced by Bank BTN Pangeran Jayakarta branch in the implementation of marketing communication strategy in the form of team readiness and consumer follow-up after the implementation of marketing communication program. So that the solution used to overcome these obstacles by means of Bank BTN Pangeran Jayakarta branch conduct morning-afternoon briefings and establish booth partnering during the event.

Key word: Customer Satisfaction, Marketing Communication Strategy, Customer Loyalty



- Judul Tesis : Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Guna Mendukung Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN Cabang Pangeran Jayakarta)
- Jumlah Halaman : 134 hlm (i-xvii)
- Daftar Pustaka : 19 Buku / 12 Jurnal (Bibliography 2001 – 2021)

ABSTRAK

Berdasarkan situasi dan kondisi yang terjadi, bahkan di era saat ini yang mana permintaan masyarakat akan rumah pada tiap tahun terus menerus bertambah. Ini menjadi tantangan bagi bank yang mengadakan produk KPR di dalamnya. Dibutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang apik dan mampu mengajak calon nasabah bahkan mempertahankan nasabah lama untuk tidak berpindah pada bank lain. Karena pada dasarnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh beberapa bank pastilah berbeda di setiap bank nya. Strategi pemasaran merupakan strategi yang digunakan dalam mencapai tujuan perdagangan, didalamnya mencakup keadaan pasar, positiong, bauran pemasaran, dan rincian biaya mengenai perbandingan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BTN cabang Pangeran Jayakarta untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan mengetahui kendala yang muncul pada pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori strategi komunikasi pemasaran yaitu identifikasi pasar sasaran, tujuan komunikasi, merancang komunikasi, saluran komunikasi pemasaran (saluran personal dan non personal), dan bauran komunikasi pemasaran (*event marketing, sales marketing, direct marketing, dan digital marketing*). Jenis penelitian yang dilakukan adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Objek dalam penelitian ini adalah KPR di BTN cabang Pangeran Jayakarta. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan analisis data yang digunakan adalah data *reduction*, data display dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BTN cabang Pangeran Jayakarta untuk mendukung kepuasan nasabahnya melalui lima tahapan seperti penentuan segmen, tujuan komunikasi pemasaran, rancangan pesan, saluran komunikasi dan bauran komunikasi pemasaran. Sedangkan kendala yang dihadapi Bank BTN cabang Pangeran Jayakarta dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran berupa kesiapan tim dan tindak lanjut konsumen paska pelaksanaan program komunikasi pemasaran. Sehingga solusi yang digunakan untuk mengatasi kendala tersebut dengan cara Bank BTN cabang Pangeran Jayakarta melakukan *briefing* pagi-sore dan mendirikan *booth partnering* selama *event* yang dilakukan.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Strategi Komunikasi Pemasaran, Loyalitas Nasabah

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan kenikmatan berupa rahmat, taufik, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai utusan-Nya dan sebagai suri tauladan bagi umatnya. Dan semoga kita termasuk sebagai golongan yang mendapatkan syafaatnya di hari kiamat. Aamiin. Dengan ridho dan rahmat-Nya penulisan tesis yang berjudul:

“Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Guna Mendukung Kepuasan Nasabah
(Studi Kasus Penyaluran KPR di BTN Cabang Pangeran Jayakarta)”

Dengan judul tersebut agar dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penelitian yang relevan, agar dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya. Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, maka dari itu penulis berharap dapat memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan proposal tesis ini akan penulis terima. Semoga proposal tesis ini memberikan manfaat khusus bagi penulis dan pembaca. Saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si selaku Dosen Pembimbing dan juga Ketua Program Studi yang telah memberikan bimbingan, saran, semangat dan juga kritik yang membangun kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

2. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo,SH.,M.Si selaku Dosen Penelaah Sidang Seminar Proposal, dan Dosen Penelaah Sidang Hasil saya.
3. Seluruh Dosen Program Studi M.Ikom Universitas Mercu Buana dan staff karyawan administrasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
4. Teruntuk kedua orangtua yang saya cintai Bapak Jafar Sidik dan Ibunda Sudarmi atas segala bentuk kasih sayang, doa dan juga support yang telah menyertai semenjak ananda lahir hingga hari ini.
5. Vembrian Fardiansyah dan Velyn Aprina Dewi selaku saudara dari penulis yang selalu memberikan dorongan semangat dan doa dalam penulisan tesis ini.
6. Rizal Setiadi yang selalu setia menemani serta sabar dalam memberikan support, memberi nasehat, dan cinta dari awal proses pascasarjana hingga akhir.
7. Adinda Rachmawati dan Hary selaku sahabat penulis yang telah memberikan motivasi dan hiburan disaat penulis mulai jenuh dalam penulisan tesis ini.
8. Nadhira Harsari dan Nino Suprihatin selaku sahabat satu angkatan di Magister Ilmu Komunikasi Mercu Buana yang telah sabar dan membantu selama di perkuliahan.
9. Halan-Halan Group terkhusus Cindy, Nanda, Sonia, Hilman, dan Nila yang menjadi sahabat ketemu gede yang selalu memberikan bantuan, semangat, doa, motivasi, hiburan, serta arti dalam berjuang, dan tertawa bersama.

Dan bagi pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan guna terselesaikan nya tesis ini, penulis mengucapkan terima kasih.

Akhir kata semoga Allah SWT memberkahi tulisan Penulis ini. Penulis menyadari tesis ini tidak luput dari berbagai kekurangan, dan mengharapkan saran serta kritik demi perbaikan sehingga akhirnya tesis ini dapat bermanfaat bagi bidang pendidikan, terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Jakarta, 20 April 2022

Peneliti



VICKY AMELIA CORINNA
NIM: 55219120030

DAFTAR ISI

COVER DALAM TESIS.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	v
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	vi
PERNYATAAN.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Identifikasi Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1. Manfaat Akademik.....	7
1.5.2. Manfaat Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	8
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Komunikasi Pemasaran.....	44
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communicatin (IMC)</i>	44
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	52

2.2.3	Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Word of Mouth</i>	58
2.2.4	Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Pull n Push</i>	60
2.3.	<i>Brand</i> (Merek).....	62
2.4.	<i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	64
2.4.1.	Loyalitas Pelanggan	65
2.5.	Kerangka Pemikiran	69
BAB III METODE PENELITIAN		70
3.1.	Objek Penelitian	70
3.2.	Paradigma Penelitian	70
3.3.	Metode Penelitian	71
3.4.	<i>Key Informan</i>	72
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.6.	Teknik Analisis Data	75
3.7.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		79
4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	79
4.2.	Hasil Penelitian	81
4.2.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Bank Tabungan Negara.	81
4.2.2	Kendala dalam Melaksanakan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan kepuasan Nasabah	104
4.3	Pembahasan	107
4.3.1	Strategi Komunikasi Pemasaran Bank Tabungan Negara.	108
4.3.2	Kendala dalam Melaksanakan Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan kepuasan Nasabah.	115
BAB V PENUTUP.....		118
5.1	Kesimpulan	118
5.2	Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA.....		120
LAMPIRAN.....		123

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik Kajian Terdahulu.....	20
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	56
Gambar 4. 1 Lokasi pembukaan rekening tabungan e'Batara Pos oleh Bank BTN cabang Pangeran Jayakarta di Kantor Pos	81
Gambar 4. 2 Nasabah	83
Gambar 4. 3 Closing Harian.....	85
Gambar 4. 4 Pesan komunikasi pemasaran pada Postingan BTN	86
Gambar 4. 5 Promosi Bank BTN Cabang Pangeran Jayakarta.....	87
Gambar 4. 6 Pemasaran Bank BTN Cabang Pangeran Jayakarta.....	88
Gambar 4. 7 Event Marketing.....	89
Gambar 4. 8 Pengenalan produk KPR kepada tamu pada peresmian opening café salah satu nasabah prioritas di Kawasan PIK.....	91
Gambar 4. 9 Pengenalan produk KPR kepada karyawan Perusahaan di JHCC ..	91
Gambar 4. 10 Souvenir BTN dalam Program Sales Promotion	93
Gambar 4. 11 Penyerahan Souvenir terhadap Nasabah Prioritas yang Loyal	94
Gambar 4. 12 Aktivitas Media Sosial Instagram BTN	95
Gambar 4. 13 Layanan Kepada Nasabah	97
Gambar 4. 14 Booth Bank BTN Cabang Jayakarta	98
Gambar 4. 15 Briefing kepada semua karyawan untuk selalu melayani Nasabah dan Calon Nasabah dengan Teknik CRM.....	106
Gambar 4. 16 Both Bank BTN pada PT. Mex Berlian	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lampiran Wawancara Sub Branch Head.....	123
Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Teller Sales and Service dan Customer Sales and Service.....	127
Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan Nasabah.....	130
Lampiran 4 Bukti Wawancara dengan Pak Ginanjar (Sub Branch Head).....	133
Lampiran 5 CV Peneliti	134

