



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