



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang studi Advertising & Marketing Communication
Ryan Adam
44308120037

Implementasi program *Sales Promotions* PT. Bank UOB Indonesia dalam mempromosikan kartu kredit UOB Indonesia *Lady's Card* Tahun 2015

Jumlah halaman : xiii + 69 halaman + 14 lampiran

Bibliografi : 35 Acuan, 1995 - 2014

ABSTRAK

Dalam rangka pencapaian target penjualan dan mempromosikan produk PT. Bank UOB Indonesia terhadap kartu kredit *Lady's Card*, maka salah satu langkah strategis yang dipersiapkan manajemen adalah program *Sales Promotion* kartu kredit *Lady's Card*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi program *Sales Promotion* PT. Bank UOB Indonesia dalam mempromosikan kartu kredit *Lady's Card*, dengan mengidentifikasi strategi pemasaran, tujuan komunikasi pemasaran, bauran promosi, jenis-jenis promosi yang dapat dijalankan perusahaan, serta promosi penjualan. Perusahaan menggunakan alat promosi penjualan untuk menarik tanggapan yang lebih kuat dan lebih cepat dari pembeli.

Penelitian ini menggunakan pendekatan paradigma *post-positivis* dengan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam, pengamatan dan pemeriksaan dokumen lainnya.

Hasil penelitian membahas gambaran strategi pemasaran produk jasa Bank UOB Indonesia, bauran promosi yang digunakan dan implementasi program *Sales Promotion*. Dan hasil dari penelitian implementasi program *Sales Promotion* kartu kredit *Lady's Card* adalah dapat meningkatkan penjualan kartu kredit PT. Bank UOB Indonesia. Dapat disimpulkan implementasi program *Sales Promotion* kartu kredit *Lady's Card* dengan karakteristik bauran komunikasi pemasaran menawarkan manfaat komunikasi dan ajakan para konsumen menggunakan produk yang dipromosikan.



Universitas Mercu Buana

Faculty of Communication

Field of study Advertising & Marketing Communication

Ryan Adam

44308120037

Implementation of Sales Promotions program PT. Bank UOB Indonesia in promoting credit card UOB Lady's Card Indonesia, Year 2015

Number of pages : xiii + 69 pages + 14 appendix

Bibliography : 35 references, 1995 - 2014

ABSTRACT

In the achievement of sales targets and promote the products of PT. Bank UOB Indonesia Lady's Card credit card, then steps management is a program prepared Sales Promotion Lady's Card credit card.

This study aims to determine the implementation of Sales Promotion PT. Bank UOB Indonesia to promote Lady's Card credit card, by identifying marketing strategies, marketing communications objectives, the promotion mix, the types of promotions, and sales promotion. Companies use sales promotions to draw responses that are stronger and faster than the buyer.

This study uses a post-positivist paradigm approach with a qualitative descriptive research method. Data was collected through in-depth interviews, observation and examination of other documents.

Results of studies have addressed the service product marketing strategy overview Bank UOB Indonesia, promotional mix used and Sales Promotion program implementation. And the results of the research program implementation Sales Promotion Lady's Card credit card is a credit card can increase sales PT. Bank UOB Indonesia. It can be concluded implementation Sales Promotion Lady's Card credit card with the characteristics of the marketing communications mix offers the benefits of communication and solicitation of customers using the product being promoted.