

ABSTRAK

IMPLEMENTASI *PROMOTION MIX* DALAM MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA UNIT PASAR INDUK

Oleh

NOVI SILVIYANTI

Ketatnya persaingan yang terjadi dengan para kompetitor dalam memasarkan produk dan jasanya, membuat PT Bank Rakyat Indonesia Unit pasar Induk perlu menerapkan *promotion mix* yang efektif. *Promotion mix* perlu diterapkan agar dapat mewujudkan keunggulan kompetitif dalam mencapai target nasabah yang telah ditetapkan.

Tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *promotion mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pasar Induk. Dengan demikian, laporan akhir ini memberikan wawasan dan rekomendasi bagi PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pasar Induk dalam penerapan *promotion mix* mereka untuk meningkatkan jumlah nasabah.

Metode penulisan yang digunakan dalam laporan akhir ini adalah desain penulisan kualitatif deskriptif. Hasil penulisan ini menunjukkan bahwa implementasi *promotion mix* dalam meningkatkan jumlah nasabah seperti: periklanan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan publisitas pada PT Bank Rakyat Indonesia Unit Pasar Induk sudah cukup baik. Namun, dalam hal periklanan belum terlaksana dengan baik sehingga perlu adanya peningkatan pada pelaksanaannya..

Kata Kunci : Implementasi, *Promotion Mix*, Marketing, Strategi Promosi, Nasabah.