

ABSTRAK

BAURAN PEMASARAN PRODUK KREDIT PEMILIKAN RUMAH(KPR) PADA KB BANK BUKOPIN KCU BANDAR LAMPUNG

Oleh

Ahmad Zakki Faturahman

Penelitian ini membahas penerapan bauran pemasaran (Marketing Mix) 4P yang meliputi Product, Price, Place, dan Promotion dalam memasarkan produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) di PT KB Bank Tbk Kantor Cabang Utama (KCU) Bandar Lampung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran tersebut diterapkan guna meningkatkan minat dan kepercayaan nasabah terhadap produk KPR. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk KPR yang ditawarkan memiliki fleksibilitas dan manfaat yang kompetitif, penetapan harga dilakukan secara bersaing dan sesuai kemampuan pasar, distribusi layanan mudah dijangkau, serta promosi dilakukan secara aktif melalui media digital. Penerapan strategi 4P ini berperan penting dalam meningkatkan daya tarik dan penyaluran KPR kepada masyarakat.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Targeting , Positioning, Kredit Pemilikan Rumah (KPR)