

TUGAS AKHIR

Penerapan Kualitas Layanan Pemasaran Digital pada Produk Kredit Pemilikan Rumah BTN (KPR BTN) di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Kota Padang

Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Program Studi Pemasaran dari Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Disusun Oleh :

FANESHA OLIVIA RAHMAT

1900512017

Dosen Pembimbing :

Meuthia, SE., M.Sc

NIP. 198611302015042004

**Program Studi Manajemen Pemasaran
Program Diploma III Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas**

2022

ABSTRAK

Perusahaan Perbankan harus menghadapi krisis Ekonomi karena adanya Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) pada tahun 2022 ini yang berdampak pada pelayanan nasabah yang kurang maksimal. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan perbankan berusaha semaksimal mungkin untuk menarik calon nasabahnya. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk berusaha untuk dapat meningkatkan produk dan jasa andalannya pada situasi Pandemi COVID-19 ini dengan menggunakan Pemasaran digital. Salah satu produk dan jasa andalan dari PT. Bank Tabungan Negara adalah meluncurkan produk Kredit Pemilikan Rumah BTN (KPR BTN). Metode Penelitian yang dilakukan adalah observasi dan pengumpulan data dengan membagikan kuisioner pada nasabah produk Kredit Pemilikan Rumah BTN (KPR BTN) di PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk dan melakukan pengumpulan data dengan membagikan kuisioner. Pemasaran digital yang digunakan seperti Website, media social, internet banking dan mobile banking. Kualitas layanan pada pemasaran digital PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang dapat diukur dengan E-service quality. Hasil penelitian yang dilakukan berdasarkan indikator pengukur kualitas layanan pemasaran digital E-service quality, kualitas layanan yang diberikan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang sudah memuaskan. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk cabang Kota Padang terus melakukan inovasi memaksimalkan produk dan layanan yang diberikan untuk meningkatkan kualitas layanan pemasaran digital pada masa pandemi COVID-19 seperti saat ini.

Kata Kunci : Kualitas Layanan E-SERVQUAL, Pemasaran Digital ,Covid – 19, Perbankan.

