



UNIVERSITAS ANDALAS

UNIVERSITAS ANDALAS

**STRATEGI *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* (IMC) DALAM
MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH PADA BANK BNI KCP
A.YANI PADANG**

TUGAS AKHIR

Oleh :

SITI ZATA YUNDI AMANI

2000512015

UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Dosen Pembimbing :

BERRI BRILLIANT ALBAR, S.E., M.M.

NIP. 198801022018031001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
PROGRAM DIPLOMA III
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
TAHUN 2023**

ABSTRAK

Dikenal juga sebagai komunikasi pemasaran terpadu, Integrated Marketing Communication (IMC) adalah suatu proses perencanaan komunikasi pemasaran yang mengadopsi konsep perencanaan komprehensif. Dalam IMC, peran strategis berbagai elemen komunikasi pemasaran, seperti hubungan masyarakat, periklanan, penjualan langsung, promosi penjualan, dan pemasaran interaktif, dievaluasi untuk memastikan kejelasan, konsistensi, dan dampak komunikasi yang maksimum. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran terpadu apa yang digunakan BNI untuk mempertahankan loyalitas dari nasabahnya tersebut dan jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari 2023 hingga Maret 2023.

Hasil penelitian ini didapatkan melalui studi lapangan dengan data primer yaitu wawancara dengan penyelia pemasaran dan data sekunder yaitu laporan mengenai aktivitas yang berhubungan dengan objek. Hasil penelitian diperoleh dari strategi komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan oleh Bank BNI dalam mempertahankan loyalitas pelanggannya ialah dengan mengenali target pasar, pendekatan emosional, memberikan pelayanan terbaik dan *collaborative selling*. Adapun Komunikasi pemasaran terpadu yang digunakan BNI yaitu personal selling dengan *Retail Selling*, *Field Selling*, *Executive Selling*. Advertising dengan memajang iklan seperti di TV, Billboard, direct marketing dengan Social Media Marketing, SMS Banking, Katalog, Door to Door, sales promotion dengan pemberian tingkat bagi hasil khusus, pemberian intensif, pemberian cinderamata, dan bentuk promosi penjualan lainnya.

Kata Kunci : komunikasi pemasaran; sales promotion; personal selling; Advertising; personal selling