

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENJAGA LOYALITAS NASABAH DALAM BERTRANSAKSI DI BANK BNI KCP UNLAM BANJARMASIN

M.Roja Ariadytama¹, Lieta Dwi Novianti², Laila Qadariah³,

¹Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NPM 18110047

²Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 1126117402

³Ilmu Komunikasi, 70201, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin, NIDN 1129097201
Email : rozamuhammad7@gmail.com

ABSTRAK

M. ROJA ARIADYTAMA, NPM 18110047 “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENJAGA LOYALITAS NASABAH DALAM TRANSAKSI DI BANK BNI KCP UNLAM BANJARMASIN**”. Dibimbing oleh Ibu Lieta Dwi Novianti selaku Pembimbing Utama dan Ibu Laila Qadariah selaku Co-Supervisor.

Tujuan penelitian untuk mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran Bank BNI KCP Unlam dalam menjaga loyalitas nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh Bank BNI KCP Unlam Banjarmasin adalah dengan 1. Membangun konsep yang ideal 2. Melakukan kegiatan pemasaran seperti advertising, personal selling, dan selling day 3. Menciptakan kekhasan, keuntungan, dan nilai.

Kata Kunci: Strategi, Loyalitas, Pelanggan

ABSTRACT

M. ROJA ARIADYTAMA, NPM 18110047 “**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENJAGA LOYALITAS NASABAH DALAM TRANSAKSI DI BANK BNI KCP UNLAM BANJARMASIN**”. Bimbingan Ibu Lieta Dwi Novianti selaku Pembimbing Utama dan Ibu Laila Qadariah selaku Co Supervisor.

Tujuan penelitian untuk mengetahui gambaran strategi komunikasi pemasaran bank BNI KCP Unlam dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh Bank BNI KCP Unlam Banjarmasin adalah dengan 1. Membangun konsep yang ideal 2. Melakukan kegiatan pemasaran seperti advertising, personal selling, dan selling day 3. Menciptakan kekhasan, keunggulan dan nilai

Keywords : Strategi, Loyalitas, Customer

yang diberikan kepada pelanggan dan cepat tanggap terhadap keluhan dari pelanggan. Dimana seluruh pegawai Bank BNI KCP Unlam Banjarmasin dapat menangani keluhan dari nasabah dengan baik dari pimpinan, customer service, dan teller.

KESIMPULAN

1. Dari hasil penelitian, untuk membangun konsep komunikasi pemasaran yang ideal dalam menjaga loyalitas pelanggan adalah memperhatikan kepuasan pelanggan ketika mereka menggunakan barang dan jasa dengan memfasilitasi akses untuk mendapatkan apa yang mereka cari atau inginkan.
2. Dari hasil penelitian, pilihan kegiatan yang dapat membantu komunikasi pemasaran Bank BNI KCP Unlam dalam menjaga loyalitas nasabah adalah advertising, personal selling, dan selling day.
3. Dari hasil pendekatan penelitian yang dilakukan Bank BNI KCP Unlam dalam menciptakan keunikan, keunggulan, dan nilai dalam komunikasi pemasaran, pegawai Bank BNI KCP Unlam selalu tanggap dalam melayani dan juga dalam menangani keluhan nasabah..

SARAN

Dari hasil penelitian, peneliti akan memberikan masukan kepada Bank BNI KCP Unlam sebagai objek penelitian walaupun saran ini masih jauh dari sempurna, berikut saran dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pegawai Bank BNI KCP Unlam diharapkan dapat memaksimalkan pelayanan yang sudah ada di Bank BNI KCP Unlam. Karena seperti yang kita ketahui hal-hal yang telah dilakukan tidak akan berjalan dengan baik jika tidak dilakukan dengan benar.
2. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap dapat menggali strategi lain lebih dalam. Karena peneliti hanya melakukan penelitian pada tahap salah satu strategi yang sering digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N.H. 2015. Manajemen Strategi Pemasaran. Bandung: Pustaka Setia.
- Alifahmi, Hifni. 2005. Sinergi Komunikasi Pemasaran: Integrasi Iklan, PR, dan Promosi. Jakarta: Quantum.
- Alwasilah. 2006. Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: Remaja Rosdakarya Arikunto. 2007. Metode Penelitian. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. 2005. Analisa Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Caruana, Albert and Malta Msida. 2002. Service Loyalty. The Effects of Service
- Changara, Hafied. 2013. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Effendy. 2003. Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fandi Tjiptono. 2007. Service, Quality & Satisfaction. Andi: Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4. CV Andi. Yogyakarta.
- Farida Jasfar. 2005. Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu. Bogor: Penerbit Ghalia
- Ferrinadewi dan Darmawan, 2004. Manajemen Pemasaran Jasa.
- Fisip team. 2019. Panduan Penulisan Skripsi. Banjarmasin. UNISKA MAB Banjarmasin.
- Gaffar, Vanessa. 2007. Customer Relationship Management dan Marketing Public Relation. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Griffin, Jill. 2003. Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Hermawan, Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir. 2008. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Khatimah, Khusnul. 2015. Penerapan Komunikasi Pemasaran Daya Grand Square Dalam Menjalin Loyalitas Customer. Makasar: Universitas Hasanuddin.
- Koentjaraningrat. 1993. Metode-metode Penelitian Masyarakat. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium. Jakarta: Prenhalindo.

- Kotler, Philip. 2005. *Management Of Marketing*. Jakarta: Indeks Kelompok Media Lupiyoadi.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 13. Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler and Armstrong. 2008. *Principles of Marketing*. Pretince Hall: Person Education, Inc.
- Kothler, Philip, Armstrong. 2017. *Pemasaran. Edisi pertama*. Salemba Empat. Jakarta.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metodologi Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pandia, Frianto. 2012. *Manajemen Dana dan Kesehatan Bank*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riinawati, M.Pd, Dr. 2019. *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi dan Organisasi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru Press.
- Sabila. 2020. *Strategi Komunikasi Pemasaran Herbalife Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Di Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sutoyo, Anwar. 2014. *Pemahaman Individu*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Surya, Fajar. 2013. *Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Primavision Banjarmasin*. Bandung: Universitas Padjadjaran .
- Woro, Purdiningtyas. 2018. *Strategi Komunikasi Penyiar Dalam Menyampaikan Pesan-Pesan Dakwah Di D!Radio Lampung*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran. Cetakan ke-3*. Yogyakarta: ANDI.
- Utomo, Priyanto Doyo. 2006. *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. Thesis: Universitas Gadjah Mada.
- Wahyu Rizky, Aditya. 2017. *Strategi Komunikasi Pemasaran (Studi Dalam Event Tupperware Home Party Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen PT. Riau Cahaya Utami Di Kota Pekanbaru)*. Pekanbaru: Universitas Riau.
- Zeithaml et al., 1996. *Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study*. *European Journal of Marketing*.
- Zeithaml, Valirie A., & Mary Jo. 2003. *Service Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm*. New York: McGraw-Hill Companies.