

**PELAKSANAAN *MARKETING MIX* TABUNGAN EMAS DALAM
MENINGKATKAN JUMLAH NASABAH PADA PT PEGADAIAN
KANTOR WILAYAH X PUNKUR BANDUNG**

Oleh :

Wulan Sariningsih

B00150020

Pembimbing

Teguh Iman Basuki, S,Kom.,MM

ABSTRAK

Studi ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan *marketing mix* yang di gunakan PT Pegadaian Kantor Wilayah X Pungkur Bandung dalam meningkatkan jumlah nasabah produk Tabungan Emas, serta permasalahan PT Pegadaian dalam memasarkan produk tersebut. Strategi pemasaran yang di gunkan oleh PT Pegadaian menggunakan *maerketing mix 7P* yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*.

Metode studi yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah studi pustaka dan penelitian lapangan, untuk memperoleh data dilakukan melalui observasi, wawancara dan studi dokumenter dengan mendatangi lokasi yaitu PT Pegadaian Kantor Wilayah X Pungkur Bandung.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dilakukan PT Pegadaian Kantor Wilayah X Pungkur Bandung terhadap produk Tabungan Emas untuk menarik minat nasabah dalam pemasaran. Produk Tabungan Emas yang ditawarkan sangat bermanfaat dan harganya sesuai dengan harga pesaing. Promosi yang dilakukan melalui periklanan, penjualan tatap muka dan promosi penjualan kemudian disalurkan dengan menggunakan saluran pemasaran langsung.

Kata Kunci : Tabungan Emas, dan *Marketing Mix*

**THE IMPLAMANION OF THE MARKETING MIX OF GOLD SAVING
IN ICREASING THE NUMBER OF CUSTOMERS IN PT PEGADAIAN
OFFICE OF AREA X PUNGKUR BANDUNG**

By :

Wulan Sariningsih

B00150020

Supervisor :

Teguh Iman Basuki, S,Kom.,MM

ABSTRACT

This study aims to find out how the implamantion marketing mix of PT Pegadaian Regional Office X Pungkur Bandung in increasing the number of products of Gold Savings, and problems of PT Pegadaian in marketing the product. The strategy used by PT Pegadaian using 7P mixing maerketing is Product, Price, Place, Promotion, Person, Process, Physical Evidence.

The study method used is qualitative descriptive method. Data collection techniques used are literature study and field research, to obtain data conducted, interviews and documentary studies by coming to the location of PT Pegadaian Regional Office X Pungkur Bandung.

Based on the facts that exist and that can be concluded that the strategy undertaken PT Pegadaian Regional Office X Pungkur Bandung to the product of Gold Savings to attract interest in. The Golden Savings product offered is very profitable and the price is in line with the competitor's price. Promotions made through sales, and direct sales.

Keywords: Golden Saving, and Marketing Mix