

ABSTRAKSI

Bank BTN merupakan bank yang memelopori dan sebagai *market leader* dalam pembiayaan KPR (Kredit Pemilikan Rumah), dan terus meningkatkan target penyaluran kredit tiap tahunnya. Untuk memperkuat struktur pendanaan, salah satu cara yang dilakukan Bank BTN adalah meningkatkan porsi dana murah dengan menggelar berbagai kegiatan promosi, seperti hadiah langsung dan undian berhadiah, khususnya pada produk dana tabungan e-Batarapos. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan dan tanggapan target nasabah mengenai promosi penjualan produk e-Batarapos. Variabel independen dalam penelitian ini adalah promosi penjualan. Peneliti menggunakan objek produk e-Batarapos dengan studi kasus pada target nasabah Bank BTN. Populasi adalah target nasabah produk e-Batarapos dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Hasil dari penelitian ini adalah sebesar 78,5% responden setuju bahwa promosi penjualan produk e-Batarapos Bank BTN KC Bandung mampu memberikan informasi, menarik perhatian, dan mendorong untuk menggunakan produk e-Batarapos.

Kata Kunci : Promosi Penjualan