



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

STRATEGI PEMASARAN PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK (BANK BJB) KANTOR INDUK CABANG RAWAMANGUN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH



Disusun oleh:
Muhamad Farrel Rentisi/2204321030

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAPORAN TUGAS AKHIR

**STRATEGI PEMASARAN PADA PT BANK PEMBANGUNAN
DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK (BANK BJB)
KANTOR INDUK CABANG RAWAMANGUN DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md)

Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun oleh:

Muhamad Farrel Rentisi/2204321030

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA
JURUSAN AKUNTANSI POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
TAHUN 2025**



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam Laporan Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas Akhir ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Muhamad Farrel Rentisi

NIM : 2204321030

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Depok, 8 Juli 2025



Muhamad Farrel Rentisi

NIM. 2204321030

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

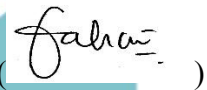
LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Muhamad Farrel Rentisi
NIM : 220432130
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan TA : Strategi Pemasaran pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) Kantor Induk Cabang Rawamangun dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya. pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rodiana Listiawati, S.E., M.M. ()
Anggota Penguji : Nuraeni Hadiati Farhani, S.ST., MBA ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 31 Juli 2025

Ketua Jurusan Akuntansi

 
D. Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si.
NIP. 197009131999031002



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama Penyusun : Muhamad Farrel Rentisi
Nomor Induk Mahasiswa : 2204321030
Jurusan/Program Studi : Akuntansi/D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan TA : Strategi Pemasaran pada PT Bank Pembangunan
Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) Kantor
Induk Cabang Rawamangun dalam Meningkatkan
Loyalitas Nasabah

Disetujui Oleh Pembimbing

Nuraeni Hadiati Farhani, S.ST., MBA

NIP. 199105282022032005

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Diketahui Oleh,
Ketua Program Studi
D3 Keuangan dan Perbankan

Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M.

NIP. 199004252024062002

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Strategi Pemasaran pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) Kantor Induk Cabang Rawamangun dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah” dengan lancar dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Diploma III pada Program Studi Keuangan dan Perbankan, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Bapak Bambang Waluyo, S.E., Ak., CA., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi
3. Ibu Hety Suryani Fitri, S.S.T., M.M., selaku Ketua Program Studi, yang telah memberikan arahan dalam proses akademik.
4. Ibu Nuraeni Hadiati Farhani, S.ST., MBA, selaku dosen pembimbing, atas waktu, bimbingan, dan ilmunya yang sangat berharga.
5. Ibu Lina Hardianti, selaku mama yang telah membesarkan penulis dengan penuh ketulusan dan pengorbanan. Terima kasih atas kasih sayang, doa-doa, serta segala bentuk dukungan yang mama berikan kepada penulis selama ini. Semoga pencapaian ini dapat menjadi bentuk kecil dari balas budi atas segala perjuangan mama .
6. Bapak Sutarno, selaku ayah, sosok tangguh yang selalu menjadi panutan dalam hidup penulis. Terima kasih atas kerja keras, semangat, dan keteguhan yang papa tunjukkan setiap hari. Doa-doa papa yang mungkin tak terucap, namun penulis rasakan dalam setiap langkah. Terima kasih telah mengajarkan arti tanggung jawab, keikhlasan, dan perjuangan.
7. Sabrina Nurintan Azzahra, selaku kakak yang telah membimbing penulis dalam penulisan Tugas Akhir dan memotivasi penulis dalam perkuliahan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Seluruh Bapak, ibu dan kakak-kakak di Bank BJB KIC Rawamangun, yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan selama penulis menjalani proses PKL, baik secara teknis maupun nonteknis.
9. Kepada seluruh jajaran di Divisi Marketing Bank BJB Kantor Cabang KIC Rawamangun, yang telah membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan perhatian, serta bersedia meluangkan waktu untuk memberikan penjelasan mendalam terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BJB.
10. Karina Natasya Ahmad, terima kasih atas segala bantuan yang telah diberikan selama penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas kesediaannya menjadi sahabat, rekan, dan pendamping penulis, serta atas perhatian dan semangat yang diberikan dalam menghadapi berbagai tantangan sehingga penulis dapat terus berjuang.
11. Teman-teman satu bimbingan, yang turut memberi semangat dan inspirasi selama proses pembimbingan.
12. Seluruh teman-teman sekelas, yang telah menemani perjalanan perkuliahan dari awal hingga akhir.

Saya menyadari bahwa laporan ini belum mencapai kesempurnaan. Oleh sebab itu, saya sebagai penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk perbaikan di masa depan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat, baik bagi saya pribadi maupun bagi para pembaca lainnya.

Depok, 8 Juli 2025
Mahasiswa,

(Muhamad Farrel Rentisi)
NIM. 2204321030



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Farrel Rentisi

NIM : 2204321030

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

Jurusan : Akuntansi

Karya : Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Strategi Pemasaran pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) Kantor Induk Cabang Rawamangun dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini, Politeknik Negeri Jakarta berhak untuk menyimpan, mengalihmedia atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemegang Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 8 Juli 2025

Yang Menyatakan

Muhamad Farrel Rentisi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Muhamad Farrel Rentisi

Program Studi D3 Keuangan dan Perbankan

**“STRATEGI PEMASARAN PADA PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH
JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK (BANK BJB) KANTOR INDUK
CABANG RAWAMANGUN DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS
NASABAH”**

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) dalam meningkatkan loyalitas nasabah di tengah persaingan industri perbankan yang semakin ketat, terutama dengan hadirnya bank digital dan *fintech*. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah observasi langsung selama praktik kerja lapangan, wawancara informal dengan divisi pemasaran Bank BJB, serta studi pustaka dari berbagai sumber literatur dan jurnal ilmiah. Hasil penulisan menunjukkan bahwa Bank BJB menerapkan strategi pemasaran yang adaptif dengan memadukan pendekatan konvensional dan digital, serta memperkuat program loyalitas seperti *BJB Super Lucky*. Selain itu, Bank BJB juga melakukan inovasi melalui peluncuran produk *Deposito SiSuka* dan penyelenggaraan *event* partisipatif seperti *Bandoeng 10K*. Strategi ini bertujuan membangun keterikatan emosional nasabah serta memperkuat citra merek. Ditemukan bahwa pelayanan personal, keamanan digital, dan program penghargaan yang inklusif menjadi faktor penting dalam membentuk loyalitas sejati. Penulisan ini menyimpulkan bahwa keberhasilan strategi pemasaran Bank BJB sangat dipengaruhi oleh konsistensi dalam memberikan nilai tambah dan responsif terhadap kebutuhan nasabah.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Loyalitas, Inovasi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Muhamad Farrel Rentisi

D3 Finance and Banking Study Program

“MARKETING STRATEGY AT PT BANK PEMBANGUNAN DAERAH JAWA BARAT DAN BANTEN, TBK (BANK BJB) RAWAMANGUN BRANCH HEAD OFFICE IN ENHANCING CUSTOMER LOYALTY”

ABSTRACT

This research aims to analyze the marketing strategies implemented by PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) to enhance customer loyalty amid the increasingly competitive banking industry, particularly due to the emergence of digital banks and fintech. The research methodology includes direct observation during internship, informal interviews with Bank BJB's marketing division, and literature review from various academic sources. The findings reveal that Bank BJB adopts adaptive marketing strategies that integrate both conventional and digital approaches, while also strengthening loyalty programs such as BJB Super Lucky. Moreover, the bank innovates through the launch of products like Deposito SiSuka and by organizing participatory events such as the Bandoeng 10K marathon. These strategies aim to build emotional attachment and strengthen brand image. The study finds that personalized service, digital security, and inclusive reward programs play a critical role in fostering true customer loyalty. It concludes that the success of Bank BJB's marketing strategy is strongly influenced by its consistency in delivering added value and responsiveness to customer needs.

Keywords: *Strategy, Marketing, Loyalty, Innovation,*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penulisan	4
1.3 Manfaat Penulisan	5
1.4 Metode Penulisan	6
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Strategi Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran	7
2.1.2 Tujuan Strategi Pemasaran	8
2.1.3 Bauran Pemasaran	10
2.2 Loyalitas	12
2.2.1 Definisi Loyalitas	12
2.2.2 Klasifikasi Loyalitas Nasabah	13
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah	15
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
3.1 Profil Perusahaan	19
3.1.1 Sejarah Bank BJB	19
3.1.2 Visi dan Misi	20
3.1.3 Statement Budaya Perusahaan	20
3.2 Struktur Organisasi Bank BJB	21
3.3 Bidang Usaha Bank BJB	22
BAB IV PEMBAHASAN	24
4.1 Wawancara dengan Divisi Pemasaran Bank BJB	24
4.1.1 Hasil Transkrip Wawancara dengan Divisi Pemasaran	24
4.1.2 Hasil Wawancara Divisi Marketing	29
4.2 Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah	31
4.2.1 Pemberian Penghargaan kepada Nasabah Setia	32
4.2.2 Gathering Nasabah Prioritas	32
4.2.3 Apresiasi dan Peningkatan Kapasitas Debitur UMKM	32
4.3 Pentingnya Loyalitas Nasabah di Bank BJB	33
4.4 Inovasi Produk dan Program dalam Meningkatkan Loyalitas	35

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.5 Strategi Pemasaran Berdasarkan Bauran Pemasaran 7P.....	38
4.5.1 <i>Product</i> (Produk)	39
4.5.2 <i>Price</i> (Harga)	39
4.5.3 <i>Place</i> (Tempat/Distribusi).....	39
4.5.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	40
4.5.5 <i>People</i> (Orang).....	40
4.5.6 <i>Process</i> (Proses).....	41
4.5.7 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	41
BAB V.....	42
PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan	42
5.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Table 4.1 Hasil Wawancara Divisi Pemasaran Bank BJB KIC Rawamangun 24





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Statement Budaya Perusahaan	21
Gambar 3.2 Struktur Bank BJB Rawamangun	21





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing	48
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir	49
Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir	50
Lampiran 4 Lembar Revisi Sidang Tugas Akhir	51
Lampiran 5 Observasi Pemasaran Pada PT DNP	52
Lampiran 6 Observasi Pemasaran di Universitas Nusa Mandiri	52
Lampiran 7 Foto Bersama Bapak Gama dan Ibu Nicky	53



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perbankan di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan keuangan yang lebih mudah, cepat, dan aman. Kondisi ini telah mendorong persaingan di sektor perbankan menjadi semakin ketat, dengan banyaknya bank yang berlomba-lomba menawarkan berbagai produk dan layanan untuk menarik perhatian nasabah. Dalam studinya (Tedjokusumo, 2023) menyatakan bahwa setiap bank berusaha memberikan sesuatu yang berbeda, yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah. Dalam situasi pasar yang sangat kompetitif seperti ini, loyalitas nasabah menjadi salah satu aspek yang sangat penting bagi kelangsungan hidup dan kesuksesan jangka panjang sebuah bank. Loyalitas nasabah bukan hanya menjadi tolak ukur keberhasilan, tetapi juga sumber daya penting yang memberikan keuntungan kompetitif yang sulit ditiru oleh bank lainnya (Setiawan Y. R., 2021).

Loyalitas nasabah dapat membawa berbagai manfaat besar bagi sebuah bank. Salah satunya adalah dapat meningkatkan retensi nasabah, yaitu kemampuan bank untuk mempertahankan nasabah agar tetap menggunakan layanan bank tersebut dalam jangka waktu yang lama. Selain itu, dengan loyalitas nasabah yang tinggi, bank dapat mengurangi biaya pemasaran yang dibutuhkan untuk menarik nasabah baru, karena nasabah yang loyal cenderung akan merekomendasikan bank kepada orang lain (Yunus, 2018). Hal ini tentu akan menjadi sumber promosi yang efektif tanpa biaya tambahan. Menurut (Raharjo, 2022) menyatakan loyalitas nasabah juga menciptakan peluang untuk menawarkan produk dan layanan tambahan, karena nasabah yang sudah memiliki hubungan emosional dengan bank lebih terbuka untuk mencoba produk baru yang ditawarkan.

Salah satu bank yang memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian di wilayah Jawa Barat dan Banten adalah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB). Bank BJB merupakan salah satu bank yang terus berinovasi dan berusaha memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya. Dalam upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nasabah, Bank BJB menerapkan berbagai strategi pemasaran yang inovatif dan terarah. Hal ini mencakup pengembangan produk yang lebih bervariasi, pemberian layanan yang lebih personal, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam pelayanan.

Loyalitas nasabah, dalam konteks ini, tidak hanya berarti nasabah tetap menggunakan layanan yang ditawarkan oleh Bank BJB, tetapi juga menunjukkan adanya hubungan emosional yang erat antara nasabah dengan bank tersebut (Dewi, 2024). Ketika nasabah merasa puas dan memiliki ikatan emosional, mereka tidak hanya akan tetap setia, tetapi juga akan merekomendasikan bank kepada keluarga, teman, dan kolega mereka. Oleh karena itu, menjaga hubungan yang baik dengan nasabah menjadi hal yang sangat penting, mengingat tingkat persaingan yang semakin ketat.

Namun, seiring dengan semakin sengitnya persaingan di sektor perbankan, Bank BJB harus mampu menghadapi berbagai tantangan yang muncul. Salah satunya adalah perubahan pola perilaku nasabah, yang semakin dipengaruhi oleh kemajuan teknologi informasi. Menurut (Rithmaya, 2024) menjelaskan dengan semakin berkembangnya teknologi digital, nasabah kini lebih memilih untuk menggunakan layanan perbankan melalui saluran digital, seperti aplikasi perbankan *mobile* atau internet *banking*. Perubahan perilaku ini menjadi tantangan tersendiri bagi Bank BJB untuk terus berinovasi dan mengembangkan layanan yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Untuk itu, Bank BJB perlu memanfaatkan teknologi digital dengan lebih maksimal. Platform digital yang ramah pengguna dan dapat diakses dengan mudah oleh nasabah akan menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Namun, meskipun digitalisasi menjadi bagian yang sangat penting, aspek keamanan dan kualitas layanan juga harus tetap diperhatikan dengan serius (Fianto, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Yusfiarto, 2021) menegaskan bahwa nasabah perlu merasa aman dan nyaman saat bertransaksi melalui saluran digital, karena keamanan yang tidak terjamin dapat menurunkan tingkat kepercayaan nasabah, yang pada gilirannya akan merusak loyalitas mereka.

Selain itu, banyaknya pilihan bank yang tersedia di pasar juga menambah tingkat persaingan, sehingga Bank BJB tidak bisa berpuas diri. Sebagai bank yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

memiliki basis pelanggan di wilayah Jawa Barat dan Banten, Bank BJB harus terus berupaya untuk mengembangkan produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat. Produk-produk inovatif, ditambah dengan kualitas layanan yang tinggi, menjadi elemen penting dalam menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Bank BJB telah melakukan berbagai upaya untuk menjawab tantangan tersebut. Salah satunya adalah dengan meluncurkan berbagai inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas nasabah, seperti menyediakan produk perbankan yang lebih beragam dan memberikan layanan yang lebih personal. Selain itu, mereka juga terus mengembangkan platform digital yang mempermudah nasabah dalam mengakses layanan perbankan. Hal ini sejalan dengan tren digitalisasi yang semakin berkembang, dan Bank BJB ingin memastikan bahwa nasabah tetap dapat menikmati layanan yang mudah, cepat, dan aman (Nurhidayati, 2023).

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BJB tidak hanya berfokus pada promosi produk atau layanan. Lebih dari itu, Bank BJB berusaha untuk menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan nasabah. Dalam pandangan (Aprilia, 2021) menjelaskan hubungan jangka panjang ini akan menciptakan rasa saling percaya antara bank dan nasabah, yang pada akhirnya akan memperkuat posisi Bank BJB di pasar yang sangat kompetitif ini. Oleh karena itu, selain fokus pada aspek pemasaran, Bank BJB juga terus berupaya menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah agar tetap memuaskan (Indriastuti, 2021).

Namun, meskipun berbagai upaya pemasaran dan pelayanan telah dilakukan untuk meningkatkan loyalitas nasabah, Bank BJB masih menghadapi beberapa tantangan besar. Salah satunya adalah perubahan preferensi nasabah yang semakin mengarah pada layanan berbasis digital yang dapat diakses dengan mudah melalui perangkat *mobile* (Kusumawati, 2023). Menurut (Hasanah, 2024) nasabah kini semakin menginginkan pengalaman yang lebih cepat, efisien, dan terjangkau, yang hanya dapat tercapai melalui teknologi digital yang canggih dan aman.

Seiring dengan peran digitalisasi yang semakin besar dalam industri perbankan, Bank BJB perlu terus berinovasi dalam mengembangkan platform



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

digital yang dapat memudahkan nasabah dalam mengakses layanan perbankan. Menurut (Supratikta, 2024) keamanan dan kualitas layanan digital harus tetap terjaga dengan baik agar nasabah merasa nyaman dan aman saat bertransaksi menggunakan saluran digital. Bank BJB juga harus memperhatikan pengalaman pengguna (*user experience*) yang menyenangkan agar nasabah merasa puas setiap kali menggunakan layanan digital mereka.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini, Bank BJB juga perlu terus memperbarui strategi pemasarannya untuk memastikan bahwa mereka tetap relevan dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan memahami lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk tetap setia menggunakan layanan Bank BJB. Penulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengevaluasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BJB dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Penulisan ini juga akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah, serta bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan dapat menciptakan nilai lebih bagi nasabah.

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi Bank BJB dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan pendekatan yang tepat, Bank BJB dapat terus memperkuat posisinya sebagai salah satu bank yang terpercaya dan memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat di wilayah Jawa Barat dan Banten. Dengan membangun hubungan yang kuat dengan nasabah dan terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, Bank BJB memiliki peluang besar untuk tetap menjadi pilihan utama di tengah pasar yang semakin kompetitif dan dinamis ini.

1.2 Tujuan Penulisan

Dari latar belakang sebelumnya dapat disimpulkan bahwa penulis ingin membuat laporan akhir dengan tujuan untuk menjelaskan :

1. Menjelaskan strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bank BJB dalam membangun dan meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Menjelaskan pentingnya loyalitas nasabah dalam industri perbankan, khususnya pada Bank BJB



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Menjelaskan cara meningkatkan loyalitas nasabah melalui berbagai strategi pemasaran yang efektif dan inovasi produk-produk dan program Bank BJB
4. Penerapan strategi pemasaran Bank BJB berdasarkan pendekatan bauran pemasaran 7P

1.3 Manfaat Penulisan

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Penulis

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan penulis kesempatan untuk mendalami dan mengembangkan pemahaman tentang strategi pemasaran dalam industri perbankan, khususnya dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Penulis dapat memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai dinamika pasar yang kompetitif, serta bagaimana teknologi digital mempengaruhi perilaku nasabah.

2. Bank BJB

Penulisan ini diharapkan dapat membantu Bank BJB dalam mengevaluasi dan memperbaiki strategi pemasaran yang telah diterapkan, agar lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil penulisan ini dapat memberikan wawasan bagaimana bank dapat memanfaatkan teknologi digital untuk lebih dekat dengan nasabah. Bank BJB dapat menggunakan temuan penulisan untuk merancang produk dan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar serta memperkuat posisinya di pasar yang sangat kompetitif.

3. Politeknik Negeri Jakarta

Penulisan ini memberikan kontribusi ilmiah yang dapat memperkaya pustaka dan referensi dalam bidang pemasaran perbankan, loyalitas nasabah, serta dampak digitalisasi pada sektor perbankan. Penulisan ini juga dapat digunakan sebagai bahan ajar bagi mahasiswa yang belajar tentang pemasaran, manajemen, atau keuangan.

4. Pihak Lain

Penulisan ini diharapkan dapat menambah dan meningkatkan wawasan pembaca mengenai strategi pemasaran yang dapat meningkatkan loyalitas



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nasabah di Bank BJB dan pentingnya strategi pemasaran di sektor perbankan.

1.4 Metode Penulisan

1. Metode Observasi

Untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan, penulis melakukan observasi secara langsung pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten

2. Wawancara

Penulis melakukan wawancara secara informal dengan pihak yang berhubungan dengan penulisan Laporan Tugas Akhir. Metode ini digunakan untuk data primer yang berguna untuk mendukung studi pustaka.

3. Studi Pustaka

Penulis menggunakan teknik penulisan ini dengan membaca buku dan sumber-sumber di internet yang berkaitan dengan judul laporan tugas akhir.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca mendapat gambaran tentang penulisan Laporan Tugas Akhir ini, penulis melakukan secara sistematis dalam menjelaskan notasi pada setiap bagian bab sebagai berikut

Bab 1, Pendahuluan, Bab ini berisi penjelasan-penjelasan dari permasalahan dalam penulisan ini yang terdiri dari latar belakang, tujuan penulisan, manfaat penulisan, metode penulisan, dan sistematika penulisan

Bab 2, Tinjauan Pustaka, Bab ini berisi gambaran tentang kerangka konseptual dan kerangka teoritis yang relevan dengan penulisan ini yang terdiri dari tinjauan bank, strategi, loyalitas nasabah secara umum

Bab 3, Gambaran Umum Perusahaan, Bab ini terdiri dari Sejarah Bank BJB, visi misi, organisasi Bank BJB, serta produk dan jasa Bank BJB

Bab 4, Pembahasan, Bab ini berisikan penjelasan pembahasan terkait gambaran umum mengenai strategi pemasaran Bank BJB, pentingnya loyalitas nasabah di Bank BJB, serta penerapan strategi pemasaran Bank BJB berdasarkan bauran pemasaran 7P

Bab 5, Penutup, Bab terakhir dari penulisan ini berisikan kesimpulan dan saran penulis kepada Bank BJB tentang masalah penulisan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penulisan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa upaya peningkatan loyalitas nasabah dilakukan melalui pendekatan relasional dan emosional, bukan sekadar promosi produk. Program penghargaan untuk nasabah setia (*Loyalty Award*), kegiatan gathering nasabah prioritas, serta apresiasi terhadap debitur UMKM merupakan bentuk nyata strategi yang menekankan pada hubungan jangka panjang dan nilai kebersamaan. Melalui strategi ini, Bank BJB membangun loyalitas dengan menciptakan pengalaman positif, rasa dihargai, serta kepedulian terhadap pertumbuhan nasabah secara berkelanjutan.

Dari strategi-strategi yang diterapkan oleh bank BJB ini akan menciptakan kelayakitan. Loyalitas nasabah memiliki peran yang sangat krusial dalam kelangsungan dan pertumbuhan industri perbankan. Dalam konteks Bank BJB, loyalitas tidak hanya mencerminkan keberhasilan dalam mempertahankan nasabah lama, tetapi juga menjadi indikator kepercayaan dan kepuasan yang dibangun melalui kualitas layanan serta hubungan jangka panjang. Nasabah yang loyal cenderung melakukan transaksi berulang, enggan berpindah ke bank lain, dan secara tidak langsung turut mempromosikan reputasi bank melalui pengalaman positif yang mereka alami.

Untuk membangun dan mempertahankan loyalitas tersebut, Bank BJB mengembangkan berbagai strategi pemasaran yang efektif dan adaptif, disesuaikan dengan dinamika pasar serta kebutuhan nasabah yang terus berkembang. Strategi ini diwujudkan melalui peluncuran program-program unggulan, seperti *BJB Super Lucky* dan *BJB SiSuka*, serta melalui pengembangan produk dan layanan berbasis digital. Inovasi ini tidak hanya memberikan manfaat fungsional, tetapi juga menciptakan nilai emosional bagi nasabah, yang pada akhirnya memperkuat keterikatan dan kesetiaan mereka terhadap Bank BJB.

Selain itu, penerapan strategi pemasaran di Bank BJB telah disusun secara sistematis berdasarkan pendekatan bauran pemasaran 7P, yang mencakup aspek produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik. Setiap elemen dalam bauran tersebut saling melengkapi dan berperan penting dalam membentuk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pengalaman nasabah yang menyeluruh. Dengan memaksimalkan seluruh aspek ini secara seimbang, Bank BJB mampu memberikan pelayanan yang unggul, meningkatkan kepuasan nasabah, dan pada akhirnya menciptakan loyalitas yang berkelanjutan di tengah persaingan industri perbankan yang semakin kompetitif.

5.2 Saran

Meskipun Bank BJB telah menjalankan berbagai strategi pemasaran yang cukup efektif dalam meningkatkan loyalitas nasabah, masih terdapat beberapa hal yang perlu dievaluasi guna mengoptimalkan dampak strategi tersebut secara lebih luas dan berkelanjutan. Evaluasi ini penting agar Bank BJB dapat terus menyesuaikan diri dengan perkembangan kebutuhan nasabah serta dinamika persaingan di sektor perbankan.

Pertama, perluasan jangkauan program loyalitas menjadi hal yang perlu diperhatikan. Sejauh ini, sebagian besar program loyalitas seperti pemberian hadiah atau gathering nasabah masih terfokus pada segmen prioritas atau nasabah tertentu. Bank BJB perlu mempertimbangkan skema loyalitas yang lebih inklusif, yang menjangkau seluruh segmen nasabah aktif, termasuk nasabah UMKM skala kecil maupun generasi muda yang menggunakan layanan digital.

Kedua, Bank BJB perlu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran. Meskipun sudah terdapat aplikasi seperti bjb DIGI, pemanfaatannya masih dapat ditingkatkan melalui integrasi yang lebih kuat dengan sistem loyalitas, edukasi digital yang berkelanjutan, serta kampanye yang menarik dan interaktif melalui media sosial dan kanal digital lainnya.

Ketiga, Bank BJB disarankan untuk meningkatkan frekuensi dan kualitas komunikasi dua arah dengan nasabah, baik melalui survei kepuasan rutin, feedback digital, maupun interaksi langsung. Hal ini penting agar strategi pemasaran yang dilakukan benar-benar berbasis kebutuhan aktual dan harapan nasabah, serta memberikan ruang perbaikan layanan secara berkelanjutan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Alhaija, A. Y. (2018). Determinants of Customer Loyalty: A Review and Future Directions. *Australian Journal of Basic and Applied*, 106-111.
- Alnaser, F. M. (2018). The impact of customer satisfaction and switching barriers on customer loyalty in Malaysian banking industry. *International Journal of Business and Society*, 583-593.
- Aprilia, N. E. (2021). Influence of service quality on customer loyalty through perceived risk, satisfaction, and trust in branchless banking customers: study at BRI Ponorogo. *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 15(1).
- Astuti, R. &. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Chinomona, R. &. (2017). The influence of brand experience on brand satisfaction, trust and attachment in South Africa . *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 1-9.
- Dewi, R. M. (2024). Expressive relationship between religion and emotional bonding on consumers loyalty in the banking sector. *Journal of Islamic Marketing*, 15(10), 2421-2438.
- Fianto, B. A. (2021). Mobile banking services quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59-76.
- Hasanah, R. L. (2024). Pengaruh kualitas aplikasi DIGI by Bank BJB terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode Webqual 4.0. *Jurnal Informatika dan Komputer (JIKO)*, 8(1), 127-136.
- Indriastuti, D. &. (2021). The Importance of Service Experience, Trust, and Satisfaction on Banking Customer Loyalty. *European Journal of Business and Management Research*, 6(3), 92-98.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kusniati, A. S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah. *Jurnal EMBA*, 93-102.
- Kusumawati, D. (2023). Transformasi digital dalam layanan perbankan: studi pada perubahan perilaku nasabah generasi milenial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Digital (JIED)*, 8(2), 135-148.
- Lestari, T. I. (2020). The application of SWOT analysis as a basis for determining marketing strategies. *Journal of Management*, 25-29.
- Marsus, A. (2023). Peran Perencanaan Strategis dalam Organisasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 165-168.
- Muhammad. (2011). In *Manajemen Bank Syariah* (p. hlm. 57). Yogyakarta: UPP-STIM YKPN.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Mushari. (2020). ANALISIS DIMENSI LOYALITAS PELANGGAN BERDASARKAN PERSPEKTIF ISLAM. *IQTISHADUNA : Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* , 54-64.
- Nurhidayati, E. &. (2023). Strategi meningkatkan kualitas layanan melalui digitalisasi jasa perbankan “DIGI by Bank BJB” guna meningkatkan loyalitas dan target nasabah. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 309-315.
- Omoregie, O. K. (2019). Customer satisfaction and loyalty in the Nigerian telecommunication industry. *Management Science Letters*, 1841–1852.
- Pratiwi, M. S. (2020). Convenience dan loyalty dalam penggunaan mobile banking. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(3), 98–106.
- Putra, A. &. (2021). Strategi Bank dalam Menghadapi Persaingan Industri Perbankan di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 99–112.
- Putri, A. R. (2021). Brand image dan loyalitas konsumen: Studi pada pengguna e-wallet di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Pemasaran Jasa*, 13(2), 101–115.
- Raharjo, S. &. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek, Komitmen, Kepuasan Nasabah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Central Asia Tbk. Cabang Tenggarong. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 18(1)., 558.
- Rahmawati, E. &. (2023). Kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan di sektor jasa keuangan: studi pada nasabah bank digital. *Jurnal Riset Ekonomi & Manajemen*, 5(2), 112-124.
- Rithmaya, C. A. (2024). Gen Z and the future of banking: an analysis of digital banking adoption. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 26(1)., 64-78.
- Sari, L. M. (2019). Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan dalam sektor perbankan. *Jurnal Bisnis dan Perbankan*, 7(1), 34-45.
- Setiawan, & Prayitno. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran 7P Terhadap Kepuasan Konsumen pada Layanan Jasa. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13(2)., 85-97.
- Setiawan, H. (2017). Effects of service quality, customer trust and corporate image on customer satisfaction and loyalty: An assessment of travel agencies customer in South Sumatra Indonesia. *Journal of Business and Management*, 31-40.
- Setiawan, Y. R. (2021). Pengaruh kepuasan pelayanan terhadap loyalitas nasabah dan strategi untuk keunggulan bersaing di Bank Permata Yogyakarta. . *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. , 21-38.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Setiyono, T. A. (2023). The Influence of Mobile Banking Innovation and Fee-Based Income on the Value of Banking Firms. *SIMAK*, 22(2).

Supratikta, H. F. (2024). Analysis of electronic service quality, transaction security, and mobile banking application service quality on the use of digital banking. *HUMANIS*.

Susilowati, D. (2022). Pengaruh nilai yang dirasakan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 50-64.

Tedjokusumo, C. (2023). Customer satisfaction as a mediator between service quality and customer loyalty: a case study of Bank Central Asia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 27(2), 156-170.

Untari, D. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 271-278.

Yunus, M. (2018). Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan dan Kepercayaan pada BRI Syariah Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.

Yusfiarto, R. (2021). The relationship between m-banking service quality and loyalty: evidence in Indonesian Islamic Banking. *Asian Journal of Islamic Management*, 3(1), , 23-33.

Yusuf, A. &. (2020). Peran garansi produk terhadap kepercayaan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 18(1) , 89-99.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Surat Pernyataan Dosen Pembimbing

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nuraeni Hadiati Farhani, S.ST., MBA.

NIP : 199105282022032005

Adalah dosen tetap atau dosen yang ditunjuk oleh Jurusan Akuntansi PNJ menyatakan bersedia sebagai pembimbing penulisan laporan tugas akhir/ skripsi untuk:

Nama : Muhamad Farrel Rentisi

NIM : 2204321030

Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan

dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Meluangkan waktu minimal sekali dalam seminggu untuk membimbing mulai dari diterimanya surat penunjukan, hingga minimal 8 kali bimbingan.
2. Membuat kesepakatan waktu bimbingan dengan mahasiswa.
3. Menyesuaikan jadwal bimbingan tugas akhir sesuai dengan kalender akademik.
4. Apabila saya tidak melaksanakan tugas tersebut maka saya bersedia digantikan oleh dosen lain.

Demikian surat pernyataan ini saya sampaikan, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Depok, 8 Juli 2025

Pembuat pernyataan

(Nuraeni Hadiati Farhani, S.ST., MBA)

Catatan: Apabila tidak bersedia membimbing karena berbagai alasan maka saya akan mengembalikan form ini ke KPS masing masing dengan membuat memo tertulis



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Lembar Bimbingan Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN AKUNTANSI
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR BIMBINGAN

Nama Mahasiswa : Muhamad Farrel Rentisi
NIM : 2204321030
Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Tugas Akhir/Skripsi : Straregi Pembangunan Pada Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten TBK PT (Bank BJB) Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah
Dosen Pembimbing : Nuraeni Hadiati Farhani, S.ST., MBA

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	TTD Dosen Pembimbing
1	18 Februari 2025	Outline Penulisan (judul)	<i>Fahri</i>
2	6 Maret 2025	Bab 1	<i>Fahri</i>
3	8 Mei 2025	Revisi Bab 1	<i>Fahri</i>
4	16 Mei 2025	Bab 2, 3 dan Revisi Bab 1	<i>Fahri</i>
5	21 Mei 2025	Revisi Bab 2 dan 3	<i>Fahri</i>
6	12 Juni 2025	Bab 4 dan 5	<i>Fahri</i>
7	26 Juni 2025	Revisi Bab 4	<i>Fahri</i>
8	30 Juni 2025	Revisi Bab 4 dan 5	<i>Fahri</i>
9	8 Juli 2025	ACC Bab 1-5	<i>Fahri</i>

Menyetujui KPS D3 Keuangan dan Perbankan
Depok, 8 Juli 2025

Heti Suryani Fitri, S.ST.,M.M
NIP. 199004252024062002



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Nama	: Muhamad Farrel Rentisi
NIM	: 2204321030
Jurusan / Program Studi	: D3 Keuangan dan Perbankan
Judul Laporan TA	: Strategi Pemasaran pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah

Disetujui oleh Pembimbing

Nuraeni Hadiati Farhani, S.ST., MBA
NIP. 199105282022032005

Diketahui Oleh
KPS Program Studi
D3 Keuangan dan Perbankan

Heti Suryani Fitri, S.S.T., M.M.
NIP. 199004252024062002



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Lembar Revisi Sidang Tugas Akhir



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

JURUSAN AKUNTANSI

Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok, 16425
Telepon (021) 7863534, 7864827, 786426, 7270042, 7270035
Fax (021) 7270034, (021) 7270036 Hunting
Laman: <http://www.pnj.ac.id> e-pos: humas@pnj.ac.id

LEMBAR REVISI SIDANG TUGAS AKHIR – PENGUJI

1. Nama Mahasiswa : Muhamad Farrel Rentisi
2. NIM : 2204321030
3. Program Studi : D3 Keuangan dan Perbankan
4. Judul Tugas Akhir : Strategi Pemasaran pada PT Bank Pembangunan Daerah
Jawa Barat dan Banten (Bank BJB) KIC Rawamangun dalam
Meningkatkan Loyalitas Nasabah
5. Dosen Penguji : Rodiana Listiawati, S.E., M.M.

No.	Revisi	Hasil Revisi	Keterangan *)
1.	Kata Pengantar Orang Tua		
2.	Judul Ditambahkan Lokasi Bank BJB		
3.	Kata Analisis dan Kata Kunci pada Abstrack		
4.	Perbaikan Penulisan Kutipan		
5.	Menambahkan Tujuan Penulisan Strategi Pemasaran		
6.	Perbaikan Saran Untuk Evaluasi Bank BJB		
7.	Perbaikan Bab IV wawancara ditambahkan lokasi Bank BJB rawamangun		
8.			

Catatan:

Revisi diisi Dosen Penguji

Hasil Revisi diisi mahasiswa apa saja yang sudah di perbaiki

Keterangan diisi Dosen dan ditulis kata ACC bila hasil revisi telah sesuai

Depok, Juli 2025

Dosen Penguji

Rodiana Listiawati, S.E., M.M.

NIP. 196106111988032002

Note: Dosen memberikan tanda tangan setelah mahasiswa menyelesaikan revisi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Observasi Pemasaran Pada PT DNP



Lampiran 6 Observasi Pemasaran di Universitas Nusa Mandiri





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Foto Bersama Bapak Gama dan Ibu Nicky



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**