

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN KOSPIN JASA CABANG KOTA MAGELANG

Tugas akhir ini mengangkat tema pemasaran yang mengambil lokus di Kospin Jasa Cabang Magelang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran Kospin Jasa Cabang Magelang beserta tantangan dan kendala apa yang dihadapi oleh Kospin Jasa Cabang Magelang.

Penelitian yang dilakukan peneliti mengamati strategi pemasaran Kospin Jasa Cabang Magelang dari teori bauran pemasaran (*marketing mix*). Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran Kospin Jasa Cabang Magelang terdiri dari 4P, yaitu *product*, *price*, *place*, dan *promotion*. *Place* dan *promotion* menjadi faktor bauran pemasaran yang menunjang pemasaran dari Kospin Jasa. Sedangkan *product* merupakan faktor bauran pemasaran yang kurang optimal. Kendala yang dihadapi oleh Kospin Jasa adalah ketatnya persaingan antar lembaga keuangan di Kota Magelang sehingga faktor *price* juga tidak terlalu optimal.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Kospin Jasa, *Marketing Mix*, 4P

ABSTRACT

MARKETING STRATEGY OF KOSPIN JASA MAGELANG BRANCH

This thesis focused on marketing that took place at Kospin Jasa Magelang Branch. This research aimed to understand the marketing strategy together with its challenge, and discover the obstacle that faced by Kospin Jasa.

Researcher observing the marketing strategy that used by Kospin Jasa. The result of this research determined that marketing mix theory that used by Kospin Jasa consist of the “4Ps”. The 4Ps are; product, price, place, and promotion. This research discovered that mostly place and promotion became the most influential factor in marketing strategy from Kospin Jasa Magelang Branch. Meanwhile product is not really influential than the other factor of marketing mix. Due to intense competition from another party, price in marketing strategy of Kospin Jasa becomes not optimal than the other elements too.

Key Words: *Marketing Strategy, Kospin Jasa, Marketing Mix, 4Ps*