

Nama : Rimaris Sarintan Hotmalona  
Program Studi : Magister Akuntansi  
Judul : "Pengaruh Marketing Communications pada Produk Tabungan"  
(Studi Kasus: PermataBintang pada PT Bank Permata Tbk)

### ABSTRAK

Dampak resesi ekonomi global dalam dunia perdagangan bebas, membuat pasar semakin berlomba-lomba dan agresif dan kegiatan komunikasi pemasaran merek dagang semakin merajalela, sehingga sangat penting untuk memahami bagaimana cara mendapat keuntungan yang lebih baik melalui usaha-usaha komunikasi pemasaran. Tesis ini menyajikan hasil-hasil evaluasi peluncuran suatu merek produk baru perusahaan melalui komunikasi pemasaran terpadu (IMC), kemudian mengidentifikasi korelasi antara biaya komunikasi pemasaran terpadu dengan perolehan produk yang dipasarkan. Penelitian ini menyarankan agar perusahaan hendaknya memperbaiki komunikasi pemasaran dengan mengevaluasi hasil-hasil dari peluncuran suatu merek dagang produk baru untuk mendapatkan hasil yang optimal.

*Kata-kata Kunci: Produk, Merek, Pemasaran, Produk Bank, Brand Awareness, Marketing Communication, Korelasi .*

Name : Rimaris Sarintan Hotmalona  
Study Program: Magister Akuntansi  
Title : "The Marketing Communications' Aspect for Saving Deposit"  
(Case Study: PermataBintang on PT. Bank Permata, Tbk).

### ABSTRACT

*The impact of global economic recession in the global free trade, the markets become increasingly hostile and competitive, and the associated brand related marketing communications activity more frenetic, the need to understand how to gain better performance related outcomes through the firm's marketing communications efforts is paramount. This thesis presents the results of an evaluation of a new launching product through integrated marketing communications for branded product of a firm, then identifies the correlation between Integrated Marketing Communication (IMC) cost and product income. The research suggests that firms should improve marketing communication by evaluating the results of a new product brand launching in order to achieve the optimal gain.*

*Key Words: Product, Brand, Marketing, Bank Product, Brand Awareness, Marketing Communication, Correlation .*