**PROSES KENDALI IKLAN *OFFLINE* PADA PT BPR BANK BAPAS 69 KABUPATEN MAGELANG**

**Melinda Arfiyani**

# **Abstrak**

PT BPR Bank Bapas 69 Kabupaten Magelang merupakan badan usaha milik pemerintah daerah. Perusahaan ini menyediakan layanan simpan, pinjam dan deposito. Permasalahan yang ditemui oleh penulis adalah kurangnya pengetahuan masyarakat tentang layanan pada perusahaan ini sedangkan perusahaan sudah melakukan iklan melalui media cetak, radio dan media lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil dari proses kendali iklan *offline* pada PT. BPR Bank Bapas 69 Kabupaten Magelang . Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan langkah-langkah penentuan tujuan iklan, pengukuran kinerja, diagnosis kinerja dan tindakan korektif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 121 responden yang merupakan nasabah dari PT. BPR Bank Bapas 69 Kabupaten Magelang di wilayah Kecamatan Ngluwar dan Kecamatan Muntilan. Instrument pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dinilai menggunakan skala *likert* kemudian diuji dengan uji validitas, uji realibilitas dan uji *arithmetic mean*. Hasil uji *arithmetic mean* menunjukan bahwa Iklan dari PT. BPR Bank Bapas 69 Kabupaten Magelang sulit ditemui, iklan kurang menarik, dan tidak mempengaruhi tindakan nasabah PT. BPR Bank Bapas 69 Kabupaten Magelang di wilayah Kecamatan Ngluwar dan Kecamatan Muntilan.

**Kata Kunci** : *Proses, Kendali, Iklan, Offline*



***OFFLINE ADVERTISING PROCESS AT PT BPR BANK FATHERS 69 MAGELANG REGENCY***

***Melinda Arfiyani***

# ***Abstract***

*PT BPR Bank Fathers 69 Magelang Regency is a regional government-owned company. This company provides savings, loan and deposit services. The problem encountered by the author is the lack of public knowledge about the services at this company while the company has advertised through print, radio and other media. This study aims to determine the results of the offline advertising control process at PT. BPR Bank Fathers 69 Magelang Regency. The method used in this study is a quantitative method with steps to determine advertising objectives, performance measurement, performance diagnosis and corrective action. The sample in this study found 121 respondents who were customers of PT. BPR Bank Fathers 69 Magelang Regency in the Ngluwar District and Muntilan District. The instrument data collection used a questionnaire that was assessed using a Likert scale and then tested with validity tests, reliability tests and arithmetic mean tests. Arithmetic test results show that advertisements from PT. BPR Bank Ayahs 69 Magelang Regency are difficult to find, advertisements are less attractive, and do not affect the actions of customers of PT. BPR Bank Ayahs 69 Magelang Regency in the Ngluwar and Muntilan sub-districts.*

***Keywords****: Process, Control, Advertising, Offline*