

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.	4
1.4. Kegunaan Penelitian.	5
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.	6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH

2.1. Tinjauan Pustaka.	8
2.1.1. Strategi Pemasaran.	8
2.1.1.1. Pengertian Strategi Pemasaran.....	8
2.1.1.2. Konsep Strategi Pemasaran.	9
2.1.1.3. Tujuan Strategi Pemasaran.	11
2.1.1.4. Bauran Pemasaran.	11
2.1.2. Bank.	15
2.1.2.1. Pengertian Bank.	15
2.1.3. <i>Mobile Banking</i>	16
2.1.3.1. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	16
2.1.4. <i>Bima Mobile</i>	16
2.1.4.1. Pengertian <i>Bima Mobile</i>	16
2.2. Pendekatan Masalah.	17

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN METODE PENELITIAN

3.1. Gambaran Umum Perusahaan.	19
-------------------------------------	----

3.1.1. Sejarah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah.....	19
3.1.2. Logo dan Makna PT Bank Pembangunan Daerah JawaTengah.	21
3.1.3 Visi dan Misi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah.	22
3.1.4. <i>Statement</i> Budaya PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah.	23
3.1.5. Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora	24
3.1.6. <i>Job Description</i> PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah.	25
3.1.7. Jaringan Kegiatan dan Kinerja Usaha	29
3.2. <i>Bima Mobile</i>	33
3.2.1. Fitur-Fitur pada <i>Bima Mobile</i>	33
3.2.2. Limit Transaksi.	37
3.2.3. Keuntungan <i>Bima Mobile</i>	38
3.2.4. Manfaat <i>Bima Mobile</i>	39
3.2.5. Syarat Pendaftaran <i>Bima Mobile</i>	39
3.3. Metode Penelitian.	41
3.3.1. Jenis dan Sumber Data.	41
3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.	42
3.3.3. Teknik Analisa Data.....	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	46
4.1.1. Deskripsi Data Penelitian.....	46
4.1.2. Analisis Data.....	46
4.1.2.1. Strategi Pemasaran Layanan <i>Bima Mobile</i> pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora.	46
A. Konsep Strategi Pemasaran.	47
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	48
4.1.2.2. Hambatan-Hambatan dalam Strategi Pemasaran Layanan <i>Bima Mobile</i> pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora.	57
4.1.2.3. Solusi untuk mengatasi Hambatan-Hambatan dalam Strategi Pemasaran Layanan <i>Bima Mobile</i> pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora.	58
4.2. Pembahasan.....	59

4.2.1. Analisis Strategi Pemasaran Layanan Bima <i>Mobile</i> pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora.	59
A. Konsep Strategi Pemasaran.	59
B. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.	64
5.2. Saran.	66
DAFTAR PUSTAKA.	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1.1.	Matriks Waktu Penelitian.....	7
3.1.	Daftar Biaya Layanan Bima <i>Mobile</i>	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Hal
2.1.	Skema Pendekatan Masalah.....	18
3.1.	Logo PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah.	21
3.2.	Struktur Organisasi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Cabang Blora.	25
4.1.	Tampilan Informasi Saldo dan Beranda Fitur-Fitur Bima <i>Mobile</i>	50
4.2.	Tampilan Beli Bayar pada Bima <i>Mobile</i>	51
4.3.	Layanan Transfer pada Bima <i>Mobile</i>	51
4.4.	Tampilan Mutasi Rekening pada Bima <i>Mobile</i>	52
4.5.	Tampilan Notifikasi dan <i>Inbox</i> pada Bima <i>Mobile</i>	52
4.6.	Tampilan QRIS Bima QR pada Bima <i>Mobile</i>	53
4.7.	Tata Lokasi Bank Jateng Cabang Blora.	54
4.8.	Brosur Bima <i>Mobile</i> Bank Jateng.	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Daftar Lampiran	Hal
1	Brosur Bima <i>Mobile</i>	69
2	Gambar Data Penggunaan Bima <i>Mobile</i>	70
3	Lampiran Biodata Penulis.	71