

DAFTAR ISI

Halaman

<i>COVER</i>	
LEMBAR PEENGESAHAN	
PERNYATAAN ORSINALITAS TUGAS AKHIR	i
<i>ABSTRACK</i>.....	<i>ii</i>
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BABI PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	7
1.5.1 Lokasi Penelitian	7
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Pemasaran	8

2.1.1.1 Definisi Pemasaran.....	8
2.1.1.2 Strategi Pemasaran dalam Industri Perbankan.....	8
2.1.1.3 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	13
2.12.1 Peran dan Fungsi Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.3 Sales Promotion.....	15
2.1.2.1 Definisi Sales Promotion.....	15
2.1.2.2 Tujuan Sales Promotion.....	15
2.1.2.3 Dimensi Sales Promotion.....	16
2.1.2.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Sales Promotion.....	16
2.1.3 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Pendekatan Masalah.....	27
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Objek Penelitian.....	31
3.1.1 Sejarah PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura.....	31
3.1.2 Visi dan Misi PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura.....	32
3.1.3 Struktur Organisasi PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.2.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.2.3 Jenis Sumber Data.....	34
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN SARAN.....	37
4.1. Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian.....	37
4.1.2 Analisis Data.....	38
4.1.2.1 Jenis-jenis program <i>sales promotion</i> yang diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor	

Pusat Operasional Tasikmalaya	38
4.1.2.2 Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keberhasilan program <i>sales promotion</i> di PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya	40
4.1.2.3 Bagaimana strategi pengembangan <i>sales promotion</i> yang dapat diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya	42
4.1.2.4 Bagaimana hambatan dan solusi mengenai program <i>sales</i> <i>promotion</i> yang diterapkan oleh PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya	44
4.2. Pembahasan.....	45
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
BIODATA PENULIS.....	55

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Pendekatan Masalah.....	30
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PD. Bank Perkreditan Rakyat Artha Sukapura	33

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1.1 Daftar Hadiah Undian		3
Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....		7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....		15

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
Lampiran 4.1	Brosur Undian Berhadiah PD. BPR Artha Sukapura Kantor Pusat Operasional Tasikmalaya	41