

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORSINALITAS TUGAS AKHIR.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
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
1.5.1 Lokasi Penelitian	6
1.5.2 Waktu Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.2 Strategi Pemasaran.....	9
2.1.3 Segmenting, Targeting, Positioning	10
2.1.4 Marketing Mix (7P).....	14
2.1.5 Bank.....	20
2.1.6 Kredit Usaha Rakyat (KUR).....	21
2.2 Pendekatan Masalah	22
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	26
3.1 Objek Penelitian	26
3.1.1 Sejarah dan Profile Perusahaan	26

3.2 Metode Penelitian	29
3.2.1 Jenis Penelitian	29
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	30
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	31
3.2.4 Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian.....	35
4.1.1 Penerapan Strategi <i>Segmenting, targeting, positioning</i> dan <i>Marketing Mix</i> pada Produk Kredit Usaha Rakyat di PT Bank Negara Indonesia	35
4.1.2 Kendala dalam penerapan Strategi <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> dan <i>Marketing Mix</i> di PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Tasikmalaya.....	55
4.1.3 Solusi untuk mengatasi kendala Strategi <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i> dan <i>Marketing Mix</i> di PT Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Tasikmalaya.....	69
4.2 Pembahasan	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	89
BIODATA PENULIS.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24