

DAFTAR ISI

COVER	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	
MOTTO	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
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	 9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Efektivitas	9
4.1.1.1 Pengertian Efektivitas.....	9
4.1.1.2 Indikator Efektivitas	11
4.1.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas	12

2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	14
2.1.2.1 Pengertian Bauran Pemasaran	14
2.1.2.2 Jenis-Jenis Bauran Pemasaran.....	15
2.1.3 <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi)	17
2.1.3.1 Pengertian <i>Promotion Mix</i>	17
2.1.3.2 Jenis-Jenis <i>Promotion Mix</i>	18
2.1.3.3 Peran <i>Promotion Mix</i> dalam Strategi Pemasaran	20
2.1.3.4 Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan <i>Promotion Mix</i>	21
2.1.4 Kredit Pemilikan Rumah (KPR).....	23
2.1.4.1 Pengertian KPR	23
2.1.4.2 Jenis-Jenis KPR.....	24
2.1.4.3 Peran KPR dalam Ekonomi dan Masyarakat	26
2.1.5 Generasi Milenial	27
2.1.5.1 Karakteristik Generasi Milenial	28
2.1.5.2 Preferensi dan Pola Konsumsi Generasi Milenial	28
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Pendekatan Masalah.....	36
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian	39
3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan	39
3.1.2 Struktur Organisasi Bank BJB KCP Cikurubuk.....	41
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.2.1 Jenis Penelitian	42
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	42
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data	44
3.2.2.2 Penentuan Sampel	45
3.2.3 Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49

4.1.1 Analisis Efektivitas <i>Promotion Mix</i> dalam Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul untuk Generasi Milenial pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk	49
4.1.2 Hambatan <i>Promotion Mix</i> dalam Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk.....	57
4.1.3 Upaya untuk Mengatasi Hambatan <i>Promotion Mix</i> dalam Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk	61
4.2 Pembahasan	65
4.2.1 Analisis Efektivitas <i>Promotion Mix</i> dalam Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul untuk Generasi Milenial pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk	65
4.2.2 Hambatan <i>Promotion Mix</i> dalam Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk.....	68
4.2.3 Upaya untuk Mengatasi Hambatan <i>Promotion Mix</i> dalam Pemasaran Produk Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Gaul pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten Tbk Kantor Cabang Pembantu Cikurubuk	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	80
BIODATA PENULIS.....	87