

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINIALITAS TUGAS AKHIR	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	10
1.5.1 Lokasi Penelitian	10
1.5.2 Waktu Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH	12
2.1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Strategi Bauran Pemasaran	12
2.1.1.1 Pengertian Strategi Pemasaran (STP)	12
2.1.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran (7P).....	17
2.1.1.3 Pengertian Bauran Pemasaran.....	18
2.1.1.4 Elemen Bauran Pemasaran.....	19
2.1.2 Peningkatan Jumlah Nasabah	24
2.1.3 Kredit Usaha Rakyat (KUR).....	26
2.2 Pendekatan Masalah	28

BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Objek Penelitian.....	36
3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan	36
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	40
3.1.3 <i>Statement</i> Budaya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	41
3.2 Metode Penelitian	42
3.2.1 Jenis Penelitian	43
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.2.2.1 Jenis dan Sumber Data	44
3.2.3 Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	47
4.1.2 Analisis Data Penelitian.....	48
4.2 Pembahasan	49
4.2.1 Analisis Strategi Pemasaran (STP) pada produk KUR.....	49
4.2.2 Analisis Strategi Bauran Pemasaran (7P) yang Efektif	53
4.2.3 Hambatan yang dihadapi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Indihiang Kota Tasikmalaya	63
4.2.4 Solusi yang dilakukan PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Indihiang Kota Tasikmalaya.....	64
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Simpulan.....	68
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	75
BIODATA PENULIS	80