

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....i  
KARTU TANDA MAHASISWA ..... ii  
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT..... iii  
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....iv  
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI ..... v  
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR .....vi  
KATA PENGANTAR..... vii  
ABSTRAK .....x  
ABSTRACT .....xi  
DAFTAR ISI..... xii  
DAFTAR TABEL.....xiv  
DAFTAR LAMPIRAN..... xv  
**BAB 1 PENDAHULUAN ..... 1**  
    1.1 Latar Belakang..... 1  
    1.2 Rumusan Masalah.....6  
    1.3 Tujuan .....6  
    1.4 Manfaat .....6  
    1.5 Kontribusi Riset ..... 7  
**BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....8**  
    2.1 Strategi Pemasaran.....8  
    2.2 Segmentasi (*Segmentation*), Penentuan Sasaran (*Targetting*), Pasar Sasaran (*Positioning*)..... 9  
        2.2.1 Segmentasi (*Segmentation*) ..... 9  
        2.2.2 Penentuan Sasaran (*Targetting*)..... 9  
        2.2.3 Pasar Sasaran (*Positioning*)..... 10  
    2.3 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) ..... 10  
    2.4 Simpanan Tabungan ..... 12  
        2.4.1 Pengertian Simpanan Tabungan ..... 12

|   |            |
|---|------------|
| 2.4.2 Tabungan BritAma .....  | 13         |
| 2.5 Penelitian Terdahulu .....  | 16         |
| 2.6 Kerangka Konseptual.....  | 17         |
| <b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>  | <b>18</b>  |
| 3.1 Metode Penelitian .....   | 18         |
| 3.2 Jenis Sumber data .....   | 19         |
| 3.3 Teknik pengumpulan data.....  | 20         |
| 3.4 Teknik Analisis Data .....  | 21         |
| <b>BAB 4 PEMBAHASAN .....</b>   | <b>23</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Mengenai Objek Penelitian .....   | 23         |
| 4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia.....   | 23         |
| 4.1.2 Visi dan Misi Bank Rakyat Indonesia.....  | 24         |
| 4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....   | 25         |
| 4.2.1 Pengambilan Data .....  | 25         |
| 4.3 Pembahasan Strategi Pemasaran pada Produk Simpanan Britama PT<br>Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Trenggalek ..... | 26         |
| 4.3.1 Aktivitas Strategi pemasaran.....   | 277        |
| 4.3.2 Bauran Pemasaran.....   | 300        |
| 4.4 Strategi Pemasaran yang efektif pada Produk Tabungan Britama dalam<br>Meningkatkan Jumlah Nasabah .....               | 35         |
| <b>BAB 5 PENUTUP.....</b>   | <b>39</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 39         |
| 5.2 Saran .....   | 411        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>423</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>  | <b>46</b>  |

**DAFTAR TABEL**

|                |    |
|----------------|----|
| Tabel 1.1..... | 26 |
| Tabel 1.2..... | 28 |
| Tabel 1.3..... | 30 |
| Tabel 1.4..... | 35 |
| Tabel 1.5..... | 38 |

**DAFTAR LAMPIRAN**

|                  |    |
|------------------|----|
| Lampiran 1 ..... | 46 |
| Lampiran 2 ..... | 49 |
| Lampiran 3 ..... | 52 |