

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep Strategi.....	10
2.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.3 Konsep Strategi Pemasaran	12
2.4 Konsep <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	13
2.5 Konsep <i>E-Money</i>	17
2.6 Penelitian Terdahulu.....	21
2.7 Kerangka Konseptual.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Metode Penelitian.....	24
3.2 Sumber Data	24
3.3 Lokasi Penelitian	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25

3.5 Teknik Analisis Data	27
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum.....	29
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	30
4.3 Implementasi <i>Marketing Mix</i> pada Produk <i>E-Money</i> Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya Pahlawan.....	32
4.4 Analisis Implementasi <i>Marketing Mix</i> pada Produk <i>E-Money</i> Brizzi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Surabaya Pahlawan.....	37
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Tabel Bank Umum Persero dan Bank Umum Swasta di Indonesia3

Tabel 1.2 Tabel Banyaknya Pengguna *E-Money* di Indonesia5

DAFTAR Lampiran

Lampiran 1: Lampiran Hasil Wawancara Informan 1.	53
Lampiran 2: Lampiran Hasil Wawancara Informan 2.	56
Lampiran 3: Lampiran Hasil Wawancara Informan 3.	59