

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Intisari	xii
Abstract	xiv

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Batasan Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....11

2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Minat Beli	11
2.1.2 Penjualan Agunan Kredit Bermasalah.....	14
2.1.2.1 Penjualan Agunan Secara Langsung (<i>Private Selling</i>)..	16
2.1.2.2 Penjualan Agunan Melalui Lelang	17
2.1.3 Strategi Pemasaran	18
2.1.3.1 Pengaruh Strategi Pemasaran dalam Konteks Perbankan	21

2.1.3.2 Pengryh Strategi Pemasaran terhadap minat Beli	24
2.1.3.3 Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minal Beli pada Agunan Kredit Bermasalah	25
2.1.3.4 Matrik SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	26
2.2 Kajian Penelitian Sebelumnya	27
2.3 Kerangka Penelitian	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Pendekatan Penelitian	29
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	30
3.3 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	31
3.4 Instrumen Penelitian	34
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Profil Perusahaan	43
3.6.1 Produk Perusahaan	44
3.6.2 Visi, Misi, Budaya Perusahaan dan Struktur Organisasi Perusahaan	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Perspektif Pihak Manajemen Bank Jateng	55
4.1.1 Strategi Pemasaran Saat Ini	55
4.1.2 Evaluasi Strategi	61
4.1.3 Tantangan dalam Pemasaran	66
4.1.4 Kebijakan dan Adaptasi	70
4.2 Perspektif Pihak Bank Lain	73
4.2.1 Strategi Pemasaran Bank Lain	73
4.2.2 Evaluasi Strategi	76
4.2.3 Tantangan dalam Pemasaran	79
4.2.4 Kebijakan dan Adaptasi	82
4.3 Perspektif Calon Konsumen Agunan Kredit Bermasalah	85

4.3.1 Motivasi Pembelian	85
4.3.2 Pengalaman Pembelian.....	87
4.3.3 Persepsi Nilai.....	90
4.4 Analisis SWOT.....	93
4.4.1 Analisis <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	96
4.4.2 Analisis <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	96
4.4.3 Analisis dan Rekomendasi.....	97
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Implikasi Manajerial.....	101
5.3 Keterbatasan Penelitian	102
5.4 Saran	103
 DAFTAR PUSTAKA.....	104