

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN PERTANYAAN.....	x
INTISARI.....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Kerangka Berfikir.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Sejarah Singkat BPR UGM Yogyakarta .....	6
2.2 Visi dan Misi BPR UGM Yogyakarta.....	6
2.3 Struktur Organisasi BPR UGM Yogyakarta .....	7
2.5 Landasan Teori .....	17
2.5.1 Pengertian Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat.....	17
2.5.2 Pengertian Kredit.....	18
1. Tujuan Kredit.....	18
2. Unsur Kredit .....	18
3. Jenis Kredit.....	19
4. Fungsi Kredit .....	19
2.5.4 Pemasaran .....	20
2.5.5 Konsep Pemasaran.....	21
2.5.6 Strategi Pemasaran.....	22
2.5.7 Analisis SWOT .....	22
2.5.8 Analisis Bauran Pemasaran .....	24



2.5.9	Penelitian Sebelumnya.....	25
2.5.10	Keaslian Penelitian .....	27
2.6	Metode Penelitian.....	28
2.6.1	Jenis Data dan Sumber Data .....	28
2.6.2	Alat Analisis .....	28
<b>BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>30</b>
3.1	Gambaran Kredit Kendaraan Bermotor.....	30
3.2	Analisis Bauran Pemasaran Kredit Kendaraan Bermotor BPR UGM .....	30
3.3	Analisis SWOT Kredit Kendaraan Bermotor BPR UGM.....	35
3.4	Analisis Matrik SWOT Kredit Kendaraan Bermotor BPR UGM.....	39
3.5	Analisis Lingkungan Mikro dan Makro .....	40
3.6	Strategi Pemasaran BPR UGM .....	41
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>43</b>
4.1	Kesimpulan.....	43
4.2	Saran .....	44
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>45</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>47</b>
1.	Bentuk promosi yang menjadi andalan untuk menunjang kegiatan pemasaran produk kredit kendaraan bermotor? .....	47
III.	Pertanyaan mengenai internal perusahaan.....	49
IV.	Pertanyaan mengenai Lingkungan mikro .....	49
V.	Pertanyaan mengenai lingkungan makro.....	50
1.	Apakah terdapat undang-undang / kebijakan yang memiliki pengaruh terhadap berlangsungnya kegiatan pemasaran produk kredit Kendaraan Bermotor?.....	50
Lampiran 2 Kantor Pusat BPR UGM.....		52

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Jumlah Produk Kredit PT. BPR UGM.....	2
Tabel 2.1 Keaslian Penelitian.....	28

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Kerangka Berfikir Penelitian.....	4
Gambar 2.1 Struktur Organisasi BPR UGM.....	7
Gambar 2.2 Analisis Matriks SWOT .....	23
Gambar 3.1 Analisis Matriks SWOT Kredit kendaraan Bermotor BPR UGM....	40
Gambar 4.1 Lokasi BPR UGM .....	33
Gambar 4.2 Bentuk Promosi BPR UGM .....	34

## DAFTAR LAMPIRAN PERTANYAAN

	Hal
Lampiran 1 Pertanyaan wawancara dan jawaban .....	48
Lampiran 2 Kantor Pusat BPR UGM.....	48
Lampiran 3 Kegiatan Operasional BPR UGM.....	54
Lampiran 4 Kredit Kawasaki BPR UGM.....	55
Lampiran 5 Kredit Honda BPR UGM.....	56
Lampiran 6 Kredit Suzuki BPR UGM.....	57
Lampiran 7 Kredit Yamaha BPR UGM.....	58
Lampiran 8 Kredit Vespa-Piaggio BPR UGM.....	59