

Daftar ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
Kata Pengantar	iv
Intisari	vi
Abstract	vii
Daftar ISI	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	x
BAB I.....	1
LATAR BELAKANG	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Penelitian terkait	11
BAB II.....	14
LITERATUR REVIEW	14
2.1 Definisi Pemasaran	14
2.3 Pemasaran Jasa.....	18
2.4 Bauran Pemasaran 4P	19
2.3 Segmentasi dan Target Pasar	33
2.4 Credit Union.....	37
BAB III	44
METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Unit Penelitian	45
3.3 Subyek Penelitian.....	46
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV	53
PROFIL CREDIT UNION SANDYA SWADAYA.....	53

4.1 Pengertian Credit Union Secara Umum.....	53
4.2 Sejarah Credit Union.....	56
4.3 Profil Credit Union Sandya Swadaya	59
BAB V	64
Strategi Bauran Pemasaran Credit Union Sandya Swadaya	64
5.1 Perkembangan Credit Union di Indonesia	64
5.2 Pentingnya Pemasaran pada Credit Union.....	66
5.3 Perkembangan Credit Union Sandya Swadaya.....	68
BAB VI.....	108
KESIMPULAN dan SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
Daftar Pustaka.....	1
Lampiran Penelitian	3

Daftar Tabel

Tabel 5.1 Pertumbuhan Jumlah Koperasi Kredit Tahun 1970 – 2016	65
Tabel 5.2 Produk CU Sandya Swadaya	75
Tabel 5.3 Contoh Prospek Tabungan SiRADIK	80
Tabel 5.4 Prospek Tabungan SiDAMAI	83
Tabel 5.5 Persentase Bunga Produk	93

Daftar Gambar

Gambar 5.1 Sosialisasi di SDN Jagamangsan 1	95
Gambar 5.2 Kantor Pusat CU Sandya Swadaya	99
Gambar 5.3 Brosur CU Sandya Swadaya	103