

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran	4
1.6 Kerangka Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Bank	7
2.1.2 Bank Mikro	8
2.1.3 Kredit.....	9
2.1.4 Unsur Kredit.....	10
2.1.5 Tujuan Kredit	12
2.1.6 Jenis Kredit	12
2.1.7 Pemasaran	15
2.1.8 Tujuan Pemasaran	16
2.1.9 Fungsi Pemasaran	16
2.1.10 Konsep Pemasaran	18
2.1.11 Strategi Pemasaran.....	21
2.1.12 Etika Pemasaran.....	21
2.2 Analisis Strategi Pemasaran	21
2.2.1 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan	22
2.2.2 Analisis Lingkungan internal Perusahaan	25
2.3 Penelitian Terdahulu.....	34
2.4 Metode Penelitian.....	35
2.4.1 Jenis Data	35
2.4.2 Sumber Data.....	35
2.4.3 Lokasi Penelitian.....	36
2.4.4 Responden Penelitian	36
2.4.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
2.4.6 Metode Analisis	36
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38

3.1	Gambaran Umum Produk Kredit Mikro	38
3.1.1	Produk Kredit angsuran berjangka PaketMu Bebas.....	39
3.1.2	Produk Kredit angsuran berjangka PaketMu Fleksi.....	40
3.1.3	Produk Kredit angsuran berjangka PaketMu Mapan	41
3.1.4	Produk Kredit angsuran berjangka PaketMu Menengah	42
3.2	Kinerja Bank BTPN Mitra Usaha Rakyat Cabang Purworejo	43
3.3	Analisis Lingkungan Internal	44
3.3.1	Segmenting, Targeting, dan Positioning.....	44
3.3.2	Analisis Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	46
3.4	Analisis Lingkungan Eksternal	49
3.4.1	Lingkungan Mikro	49
3.4.2	Lingkungan Makro.....	50
3.5	Identifikasi Berdasar Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman ...	53
3.5.1	Kekuatan (Strenght).....	53
3.5.2	Kelemahan (Weakness).....	55
3.5.3	Peluang (Opportunities).....	57
3.5.4	Ancaman (Threats)	58
3.6	Matriks SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats).....	59
3.7	Perumusan Pengembangan Strategi Pemasaran	61
BAB IV KESIMULAN DAN SARAN		64
4.1	Kesimpulan	64
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN.....		68