

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	I-1
1.2. Pokok Permasalahan	I-2
1.3. Tujuan Penelitian	I-2
1.4. Batasan Masalah	I-3
1.5. Sistematika Penulisan	I-3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Konsep Strategi Pemasaran	II-1
2.2. Marketing Mix	II-1
2.3. Produk	II-4
2.3.1. Persepsi	II-6
2.3.2. Persepsi Produk	II-7
2.3.3. Image Produk	II-8
2.3.4. Image Merek	II-9
2.4. Produk Jasa	II-10
2.4.1. Strategi Pemasaran Produk Jasa	II-10
2.5. Konsep Positioning	II-11
2.5.1. Peran Positioning	II-14
2.5.2. Strategi Positioning	II-15
2.5.3. Memilih Strategi Positioning	II-17
2.6. Perencanaan Pemasaran	II-17
2.7. Proses Perencanaan Pemasaran	II-18
2.7.1. Analisis Lingkungan	II-19
2.7.2. Matriks-Matriks Untuk Dianalisis	II-20
2.7.2.1. EFE Dan IFE Matrix	II-21
2.7.2.2. Competitive Profile Matrix (CPM)	II-22
2.7.2.3. SWOT Matrix	II-22
2.7.2.4. Quantitative Strategy Planning Matrix (QSPM)	II-24
2.8. Analisis Faktor	II-25
2.8.1. Matriks Korelasi	II-27
2.8.2. Ekstraksi Faktor	II-28
2.8.3. Rotasi Faktor	II-28
2.9. Skala Multidimensional	II-29
2.10 Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon Bagi Data Berpasangan	II-30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Penelitian Pendahuluan	III-1
3.2. Identifikasi Masalah	III-1
3.3. Tujuan Penelitian	III-1
3.4. Studi Pustaka	III-2
3.5. Pengumpulan Data	III-2
3.5.1. Identifikasi Sampel Penelitian	III-2

3.5.2.	Identifikasi Merek	III-3
3.5.3.	Identifikasi Variabel	III-3
3.5.4.	Metode Sampling	III-4
3.5.5.	Penyusunan Dan Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	III-5
3.5.6.	Penyusunan Dan Penyebaran Kuesioner Penelitian	III-5
3.6.	Uji Validitas Dan Reliabilitas Data	III-6
3.7.	Pengolahan Data	III-6
3.8.	Analisa	III-6
3.9.	Kesimpulan Dan Saran	III-7
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1.	Data Umum Perusahaan	IV-1
4.2.	Stuktur Organisasi	IV-2
4.3.	Produk-produk Bank BRI	IV-4
4.4.	Pangsa Pasar dan pertumbuhan tabungan di Indonesia	IV-5
4.5.	Penelitian Pendahuluan	IV-5
4.5.1.	Penelitian Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen	IV-5
4.5.2.	Uji Kecukupan Data	IV-6
4.5.3.	Uji Validitas	IV-7
4.5.4.	Uji Reliabilitas	IV-10
4.6.	Pengolahan Data	
4.6.1.	Analisis Faktor.....	IV-11
4.6.2.	Tingkat Kesamaan Antar Pasangan Produk Bank	IV-17
4.6.3.	Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon	IV-18
4.6.4.	EFE Matrix (Evaluasi Faktor Eksternal)	IV-20
4.6.5.	EFI Matrix (Evaluasi Faktor Internal)	IV-21
4.6.6.	<i>Competitive Profile Matrix (CPM)</i>	IV-23
4.6.7.	SWOT Matrix	IV-23
4.6.8.	QSPM	IV-28
BAB V	ANALISA	
5.1.	Analisa Hasil Pengolahan Data Analisa Faktor	V-1
5.2.	Analisa Tingkat Kesamaan Antar Pasangan Produk Bank	V-4
5.3.	Analisa Hasil Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon	V-5
5.4.	EFE dan EFI Matrix	V-8
5.5.	Competitive Profile Matrix (CPM)	V-8
5.6.	SWOT Matrix	V-8
5.7.	QSPM	V-9
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1.	Kesimpulan	VI-1
6.2.	Saran	VI-2

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	Kerangka Kerja Formulasi Strategi <i>Single Business</i>	II-21
GAMBAR 3.1	Diagram Alir Metodologi Penelitian	III-8
GAMBAR 4.1	Struktur Organisasi BRI Cabang Palembang	IV-3
GAMBAR 4.2	Peta Kesamaan Antar Pasangan Produk Bank	IV-18

DAFTAR TABEL

TABEL 4.1	Pangsa Pasar Tabungan Berdasarkan Jumlah Dana Yang Dihimpun	IV-5
TABEL 4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan	IV-6
TABEL 4.3	Angka Korelasi Uji Validitas Untuk Hasil Kuesioner Penelitian I	IV-8
TABEL 4.4	Angka Korelasi Uji Validitas Untuk Hasil Kuesioner Penelitian III (Kenyataan)	IV-9
TABEL 4.5	Angka Korelasi Uji Validitas Untuk Hasil Kuesioner Penelitian III (Harapan)	IV-9
TABEL 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Untuk Kuesioner Penelitian I	IV-10
TABEL 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Untuk Kuesioner Penelitian III (Kenyataan)	IV-10
TABEL 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Untuk Kuesioner Penelitian III (Harapan)	IV-11
TABEL 4.9	Matriks Korelasi	IV-12
TABEL 4.10	Nilai KMO	IV-13
TABEL 4.11	<i>Communalities</i>	IV-13
TABEL 4.12	<i>Total Variance Explained</i>	IV-14
TABEL 4.13	<i>Component Matrix</i>	IV-15
TABEL 4.14	<i>Total Variance Explained (r)</i>	IV-15
TABEL 4.15	Rotated Component Matrix	IV-16
TABEL 4.16	Contoh Matriks Kesamaan Antar Pasangan Produk Tabungan	IV-17
TABEL 4.17	Hasil Uji <i>Wilcoxon Matched Pairs Signed Ranks Test</i>	IV-20
TABEL 4.18	EFE Matrix	IV-21
TABEL 4.19	EFI Matrix BRI	IV-21
TABEL 4.20	EFI Matrix BNI	IV-22
TABEL 4.21	EFI Matrix BCA	IV-22
TABEL 4.22	EFI Matrix Bank Danamon	IV-22
TABEL 4.23	<i>Competitive Profile Matrix</i>	IV-23
TABEL 4.24	SWOT Matrix BRI	IV-25
TABEL 4.25	Matriks QSPM	IV-29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner	A-1
Lampiran B	Jawaban Kuesioner Penelitian I	B-1
Lampiran C	Jawaban Kuesioner Penelitian II	C-1
Lampiran D	Jawaban Kuesioner Penelitian III (Kenyataan)	D-1
Lampiran E	Jawaban Kuesioner Penelitian III (Harapan)	E-1
Lampiran F	Nilai-nilai r Product Moment	F-1
Lampiran G	Uji Validitas Kuesioner Penelitian I	G-1
Lampiran H	Uji Validitas Kuesioner Penelitian III (Kenyataan)	H-1
Lampiran I	Uji Validitas Kuesioner Penelitian III (Harapan)	I-1
Lampiran J	Hasil Akhir Uji Validitas Kuesioner	J-1
Lampiran K	Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian I	K-1
Lampiran L	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian III (Kenyataan)	L-1
Lampiran M	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian III (Harapan)	M-1
Lampiran N	Analisis Faktor Kuesioner Penelitian I	N-1
Lampiran O	<i>Multidimensional Scaling</i> Kuesioner Penelitian II	O-1
Lampiran P	<i>Uji Dwi Sampel Wilcoxon</i> Kuesioner Penelitian III	P-1
Lampiran Q	Penentuan Bobot Faktor Kritis Eksternal	Q-1
Lampiran R	Penentuan Bobot Faktor Kritis Internal	R-1
Lampiran S	Distribusi Normal	S-1
Lampiran T	Denah Lokasi Bank BRI	T-1
Lampiran U	Gambar Pangsa Pasar Tabungan Berdasarkan Jumlah Dana Yang Dihimpun	U-1