

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan penelitian	6
1.5 Kerangka pemikiran	7
1.6 Metode dan Teknik Penelitian	12
1.6.1 Metode Penelitian	12
1.6.2 Teknik Penelitian dan Pengumpulan Data.....	12
1.7 Sistematika Penulisan	14

BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL

2.1 Tinjauan Teoritis Pemasaran	16
2.2 Konsep Pemasaran	17
2.2.1 Definisi Pemasaran	20
2.2.2 Jasa	21
2.3 Strategi Pemasaran Produk Jasa	24
2.4 <i>Grand Methode (Segmenting, Targeting, Positioning)</i>	26
2.4.1 Identifikasi Pasar	27
2.4.2 Segmentasi Pasar	27
2.4.3 Target Pasar	31
2.4.4 Positioning	32
2.5 Bauran Pemasaran Jasa	34
2.5.1 Product	35
2.5.2 Price	36
2.5.3 Place	36
2.5.4 Promotion	37
2.5.5 People	38
2.5.6 Productivity and Quality	38
2.5.7 Physical Evidence	39
2.5.8 Process	39
2.6 Kartu Kredit Syariah	40
2.6.1 Kartu Kredit	40
2.6.2 Kartu Kredit Syariah	40
2.6.3 Kartu Kredit Konvensional	41
2.7 Fatwa DSN-MUI No.54/DSN-MUI/X/2006 Tentang Kartu Kredit Syariah	42

BAB III GAMBARAN UMUM PT. BNI SYARIAH CABANG BANDUNG

3.1 Sejarah PT. BNI Syariah	51
3.2 Visi dan Misi PT. BNI Syariah	52
3.3 Struktur Organisasi PT. BNI Syariah	53
3.4 Produk Jasa dan Produk Layanan PT. BNI Syariah	54
3.5 Definisi Hasanah Card	60
3.6 Peluncuran Hasanah Card	60
3.7 Keunggulan Hasanah Card	61
3.8 Akad dan Sistematika Perhitungan Hasanah Card	62
3.9 Praktek Aplikasi Hasanah Card	63
3.10 Teknik Analisis Data	64

BAB IV ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PRODUK HASANAH CARD DENGAN METODE STP PADA PT. BNI SYARIAH CABANG BANDUNG PERIODE 2012 – 2013

4.1 Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh PT. BNI Syariah dalam memasarkan produk Hasanah Card	66
4.2 Kendala yang dihadapi PT. BNI Syariah dalam memasarkan produk Hasanah Card	69
4.3 Analisa terhadap strategi pemasaran produk Hasanah Card dengan Metode STP (<i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>) di PT. BNI Syariah	69

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tujuh langkah pendekatan segmentasi pasar berdasarkan kebutuhan	29
Tabel 3.1 Limit Kartu Hasanah Card	63



DAFTAR BAGAN

Bagan 3.1 Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Bandung 53



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keputusan Bimbingan
2. Bukti Bimbingan Skripsi
3. Riwayat Hidup

