

ABSTRACT

STRATEGI PEMASARAN PRODUK “TAPCASH” PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK PERIODE 2017-2019

This thesis analyzes the factors of development of electronic money in circulation in Indonesia, as one of the means of payment using the card (APMK). This research uses the concept of Customer Decision Making Process in analyzing the behavior of consumers in choosing and using electronic money in accordance with their needs. This research using electronic money products TapCash BNI as one electronic money products with media card (card-based product). Research development of electronic money TapCash BNI done also by analyzing the strengths, weaknesses, opportunities and threats a competitor in the dissemination of electronic money in Indonesia. This research is exploratory and descriptive nature. Questionnaire data collection done on individual users and non users of electronic money. The research was conducted in order to devise an alternative product TapCash marketing strategy effectively and efficiently so as to increase the use of the product TapCash BNI in the year 2017 up to 2019.

Keywords: Electronic Money, TapCash BNI, Customer Decision Making Process, Analysis Of Competitors.

ABSTRAK

STRATEGI PEMASARAN PRODUK “TAPCASH” PT. BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK PERIODE 2017-2019

Tesis ini menganalisa faktor perkembangan uang elektronik yang beredar di Indonesia, sebagai salah satu alat pembayaran menggunakan kartu (APMK). Penelitian ini menggunakan konsep *Customer Decision Making Process* dalam menganalisis perilaku konsumen dalam memilih dan menggunakan uang elektronik sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini menggunakan produk uang elektronik TapCash BNI sebagai salah satu produk uang elektronik dengan media kartu (*card-based product*). Penelitian perkembangan uang elektronik TapCash BNI dilakukan juga dengan menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman kompetitor dalam penyebaran uang elektronik di Indonesia. Penelitian ini bersifat eksploratif dan deskriptif. Pengumpulan data kuesioner dilakukan pada individu pengguna dan non pengguna uang elektronik. Penelitian dilakukan guna merancang alternatif strategi pemasaran produk TapCash secara efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan penggunaan produk TapCash BNI di tahun 2017 sampai dengan 2019.

Kata Kunci : Uang Elektronik, TapCash BNI, *Customer Decision Making Process*, Analisa Kompetitor.