

## Daftar Pustaka

- (2012, May 4). Retrieved Agustus 5, 2017, from <http://gofaztrack.com>:  
<http://gofaztrack.com/sales/pahami-tujuan-pemasaran-anda/>
- Kenya Project Organizations. (2016, April 10). Retrieved April 17, 2017, from  
<http://www.kenpro.org/sample-size-determination-using-krejcie-and-morgan-table/krejcie-morgan-sample-size-table/>
- AGHDAIE, S. F., SANAEI, F., & MOAZEDI, R. (2014). Investigating the Effect of Suitable Marketing Mix Strategies. *http://www.irnbrjournal.com/*, 397-404.
- Dudovsky, J. (2013, July 6). *research-methodology*. Retrieved September 24, 2017, from [research-methodology.net](http://research-methodology.net): [research-methodology.net](http://research-methodology.net)
- Hawkins, D. I., & David, L. M. (2010). *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy (12th Edition)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Hidayati, Siti; Nuryanti, Ida; Firmanysah, Agus; Fadly, Aulia; Darmawan, Isnu Yuwana;. (Oktober, 2006). *Operasional E-Money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Ignacio, M. (2008, Oktober 1). Retrieved November 26, 2016, from [www.cgap.org](http://www.cgap.org):  
<https://www.cgap.org/sites/default/files/CGAP-Focus-Note-Realizing-the-Potential-of-Branchless-Banking-Challenges-Ahead-Oct-2008.pdf>
- Ignacio, M. (2009). Retrieved November 21, 2016, from [mitpressjournals.org](http://mitpressjournals.org):  
<http://www.mitpressjournals.org/doi/pdf/10.1162/itgg.2009.4.2.57>
- Jatmiko, Agung; Setiawan, Dicky; Yudistira, Galvan;. (2017, April 26). Retrieved May 18, 2017, from [m.kontan.co.id](http://m.kontan.co.id): <http://keuangan.kontan.co.id/news/bank-genjot-komisi-dari-bisnis-e-money>
- Khankaew, C., Ussahawanitichakit, P., & Raksong, S. (2015). A Conceptual Framework of Alternative Marketing Strategy and Marketing Outcomes. *Allied Academis International Conference. Academy of Marketing Studies. Proceedings; Arden 20.2*, 1-16.
- Klapper, L., & Demircuc-Kunt, A. (2012, April). Retrieved November 26, 2016, from <http://siteresources.worldbank.org>:  
<http://siteresources.worldbank.org/EXTGLOBALFIN/Resources/8519638-1332259343991/N1accountsENG.pdf>
- Kurniadi, F. (2012). *Strategi Pemasaran Divisi Trading dan Maintenance PT. Rekadaya Eletrika di Bidang Jasa Pemeliharaan Pembangkitan Wilayah Jawa Bali Tahun 2012 - 2015 (Perusahaan EPC dan Jasa Pemeliharaan Pembangkit Tenaga Listrik)*. Jakarta: Sekolah Tinggi PPM Manajemen.
- Maholtra, N. K. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation (6th Edition)*. New Jersey: Pearson.
- Ogutu, F. M. (2015). Porter's five competitive forces framework and other factors that influence the choice of response. *Emerald Insight*, 1-18.
- Rahmatsyah, D. (2011). *Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus: Uang Elektronik Flazz BCA)*. Jakarta: FEUI.
- Rastogi, N., & Trivedi, D. M. (2016). PESTLE TECHNIQUE - A TOOL TO IDENTIFY EXTERNAL RISKS IN CONSTRUCTION PROJECTS. *International Research Journal of Engineering and Technology*, 384-388.

- Rezkiana Nisaputra. (2016, November 10). Retrieved April 3, 2017, from infobanknews.com: <http://infobanknews.com/80-e-money-mandiri-digunakan-untuk-bayar-tol/>
- Sasmita, J., & Suki, N. M. (2014). Young consumers' insight on brand equity. *Effects of brand association, brand loyalty, brand awareness, and brand image* .
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.

### **Lampiran *Indepth Interview* terhadap AVP Bussiness Prepaid, Electronic Banking PT Bank Negara Indonesia (persero) Tbk**

1. Bagaimanakah Analisa Internal mengenai Kekuatan dan Kelemahan yang dimiliki produk TapCash?

Produk uang elektronik yang beredar saat ini memiliki model maupun fitur yang relatif sama dengan berbasis program Java. Kekuatan yang dimiliki oleh TapCash, selain *channel top up*, TapCash di tahun 2017 akan dilengkapi dengan fitur *Auto Top Up*, untuk memudahkan nasabah BNI dalam melakukan *top up* kartu TapCash. Menjalin kerjasama dengan Kementerian Pendidikan menciptakan Sistem Informasi Pendidikan (*payment solutions*) untuk sekolah sehingga memudahkan proses administrasi contohnya absensi siswa, pinjam buku di perpustakaan dan sebagainya. Kelemahan TapCash terlambat untuk masuk ke pasar (akseptansi), sehingga untuk kebutuhan nasabah lebih dulu dipenuhi oleh produk *e-money* untuk kebutuhan transportasi maupun produk *Flazz* untuk kebutuhan retail.

2. Strategi Pemasaran yang sudah dilakukan untuk produk TapCash?

Strategi pemasaran yang dilakukan saat ini, adalah melakukan penjualan kartu TapCash melalui *existing* nasabah. Target yang diharapkan adalah 5% dari 9 juta nasabah BNI aktif menggunakan kartu debit dan diharapkan pengguna kendaraan pribadi bertransaksi di