

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	3
1.5. Batasan Penelitian .....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>5</b>
2.1. Ringkasan Isi Bab.....	5
2.1.1. Pengertian KPR .....	5
2.1.2. Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.4. Segmentasi Pasar.....	8
2.1.5. Penentuan Pasar Sasaran (Targeting).....	10
2.1.6. Penentuan Posisi (Positioning).....	12
2.1.7. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) .....	13
2.1.8. Pengertian Strategi Pemasaran .....	14
2.1.9. Analisis PEST .....	19
2.1.10. Analisis Porter's Five Forces Model.....	20
2.1.11. Analisis CDMP (Consumer Decision Making Process) .....	22
2.1.12. Analisis Kinerja Perusahaan.....	24
2.1.13. Faktor Kunci Keberhasilan Pemasaran .....	25
2.1.14. Sasaran Pemasaran (Marketing Objectives).....	27
2.1.15. Analisis SWOT .....	27
2.1.16. Strategi Pemasaran Ansoff Matrix .....	28
2.2. Kerangka Analisis .....	30

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Desain Penelitian.....	31
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	31
3.3. Instrumen Pengumpulan Data .....	32
3.4. Metode Analisis Data .....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>35</b>
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
4.2 Visi, Misi, dan Tata Nilai .....	38
4.2.1. Visi .....	38
4.2.2. Misi.....	38
4.2.3. Tata Nilai .....	38
4.3 Sumber Daya Manusia .....	38
<b>BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
5.1. Analisis Eksternal.....	40
5.1.1. Analisis Makro (PEST) .....	40
5.1.2. Analisis Industri (Five Forces Porter) .....	42
5.2 Analisis Internal .....	48
5.2.1. Kinerja Perusahaan.....	49
5.2.2. Sasaran Pemasaran .....	49
5.2.3. Analisis Strategi Pemasaran .....	50
5.2.3. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan .....	56
<b>BAB VI PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN .....</b>	<b>61</b>
6.1. Alternatif Strategi.....	61
6.2. Strategi Terpilih .....	63
6.3. Implementasi Strategi Pemasaran .....	65
<b>BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>74</b>
7.1. Kesimpulan .....	74
7.2. Saran.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>76</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. <i>Industry Matrix</i>	26
Tabel 3.1. Metode Pengumpulan Data	31
Tabel 3.2. Langkah dan Analisis	33
Tabel 4.1. Jumlah Karyawan BCA berdasarkan Level Organisasi	39
Tabel 4.2. Jumlah Karyawan BCA berdasarkan Masa Kerja	39
Tabel 4.3. Jumlah Karyawan BCA berdasarkan Usia	39
Tabel 5.1. Pertimbangan Pembeli dalam Memilih KPR (Survei Nielsen)	46
Tabel 5.2. Pertimbangan Pembeli dalam Memilih KPR (Survei Kantar TNS)	46
Tabel 5.3. <i>Industry Matrix</i>	59
Tabel 6.1. Matriks <i>SWOT</i>	61
Tabel 6.2. Strategi Kolaborasi Produk dengan Kekuatan	66
Tabel 6.3. Optimalisasi Penjualan dengan <i>Data Analytic</i>	66
Tabel 6.4. Strategi Fokus pada Segmen Terpilih	67
Tabel 6.5. Strategi <i>Product Customizing</i>	68
Tabel 6.6. Strategi <i>Pricing</i> dan Rekanan	68
Tabel 6.7. Strategi <i>Risk Based Pricing</i>	69
Tabel 6.8. Strategi Program Promosi Penjualan	69
Tabel 6.9. Strategi <i>Process</i> dan Penjualan	70
Tabel 6.10. Strategi <i>People</i>	71
Tabel 6.11. <i>Action Plan</i>	73
Tabel 7.1. Faktor Kunci Keberhasilan Pemasaran KPR BCA	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Industri KPR Nasional (Rp Triliun)	1
Gambar 1.2. Pertumbuhan KPR BCA	2
Gambar 2.1. Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> )	13
Gambar 2.2. Faktor-faktor PEST	20
Gambar 2.3. <i>Porter's Five Forces Model</i>	22
Gambar 2.4. <i>Ansoff Matrix</i>	29
Gambar 2.5. Kerangka Analisis	30
Gambar 5.1. Segmentasi Pasar KPR BCA	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	78
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	79
Lampiran 3. Focus Group Discussion Guidance (Panduan FGD)	89
Lampiran 4. Transkrip FGD	92
Lampiran 5. Struktur Manajemen	107
Lampiran 6. Struktur Organisasi	107
Lampiran 7. Produk BCA	109

