

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora Marius P. 2002, Dasar-Dasar Pemasaran, edisi kedua, cetakan keempat, Penerbit : Raja Grafindo, Jakarta
- Assauri Sofjan, 2008, Manajemen Pemasaran, edisi kesatu, cetakan kesembilan, Penerbit : Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Cravens, W. David, 1998, Pemasaran Strategis, terjemahan Lina Salim, edisi keempat, jilid dua, cetakan pertama, Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Dendawijaya, Lukman, 2008, Manajemen Perbankan, cetakan pertama, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta
- Hasibuan Malayu S.P, 2008, Dasar-Dasar Perbankan, edisi revisi, cetakan ketujuh, Bumi Aksara, Jakarta
- Hasan Ali, 2008, Marketing, cetakan pertama, Penerbit : MedPress, Yogyakarta
- Kotler Philip, 2008, Manajemen Pemasaran, terjemahan Hendra Teguh, jilid 1 dan 2, cetakan ketigabelas, Penerbit : Prenhalindo, Jakarta
- Kasmir, 2008, Dasar-dasar Perbankan, cetakan pertama, RajaGrafindo Persada, Jakarta
- _____, 2008 Manajemen Perbankan, edisi revisi kedelapan, Penerbit : RajaGrafindo Persada, Jakarta
- Machfoedz Mahmud, 2010, Komunikasi Pemasaran Modern, edisi pertama, cetakan Pertama, Penerbit : Cakra Ilmu Yogyakarta
- Pearce dan Robinson, 2008, Manajemen Strategis, Formulasi, Implementasi dan Pengendalian, buku satu, edisi kesepuluh, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta
- Ridwan dan Akdom, 2006, Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik, cetakan kedua, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Sunarto, 2003, Prinsip-Prinsip Pemasaran, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit Universitas Sarjanawijata Tamansiswa
- Umar, Husein, 2002, Strategic Management in Action, cetakan kedua, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Umar Husain, 2003, Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen, cetakan ketiga,
Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 2004, Sinar Grafika, Bandung

Wahjono Sentot Iman, 2010, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan pertama,
Penerbit : Graha Ilmu, Jakarta

LAMPIRAN

Bapak/Ibu/Sdr(i) Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Kartini Makassar.
Di -
Tempat

Nasabah Yang Terhormat,

Saya adalah mahasiswi pada Universitas Hasanuddin yang sedang melakukan penelitian mengenai : **“Analisis Strategi Promosi dalam Peningkatan Jumlah Nasabah Produk Tabungan Pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Kartini Makassar.”**

Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan dari Bapak/Ibu/Sdr(i) untuk menjawab kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang tersedia.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i agar meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuesioner ini. Data kuesioner ini akan digabung dengan data lain untuk memperoleh hasil yang diinginkan dalam penelitian ini.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr (i) dalam menjawab kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Makassar, Januari 2012

Penulis

ANGKET / QUESTIONER

I. Isilah identitas Bapak/Ibu/Sdr (i) sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin
 - Pria
 - Wanita
2. Usia responden
 - Di bawah 20 tahun
 - 21 - 30 tahun
 - 31 – 40 tahun
 - 41 – 50 tahun
 - di atas 50 tahun
3. Tingkat Pendidikan
 - SMA
 - D3
 - Sarjana
 - Pasca Sarjana
4. Jenis pekerjaan
 - Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 - Pegawai swasta
 - Wiraswasta
 - Pegawai BUMN
 - Lainnya, sebutkan

II. Pilihlah salah satu jawaban pertanyaan di bawah ini yang dianggap paling tepat dengan memberi tanda X :

Seberapa penting strategi promosi dalam meningkatkan Jumlah Produk Tabungan Mandiri pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Kartini Makassar. Dari hasil wawancara agar dibubuhkan tanda (X) pada kolom :

- 1) Sangat Tidak Mengetahui (STM)
- 2) Tidak Mengetahui (TM)
- 3) Cukup Mengetahui (CM)
- 4) Mengetahui (M)
- 5) Sangat Mengetahui (SM)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STM	TM	CM	M	SM
A. PERIKLANAN						
1	Anda mengetahui informasi produk tabungan Mandiri yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri melalui Radio					
2.	Anda mengetahui informasi produk Tabungan Mandiri yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri melalui Televisi					
3.	Anda mengetahui informasi produk Tabungan Mandiri yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri melalui surat kabar					
4.	Anda mengetahui informasi produk Tabungan Mandiri yang dilakukan oleh PT. Bank Mandiri melalui Baliho/Spanduk					

B. PROMOSI PENJUALAN						
1.	Anda mengetahui keberadaan produk tabungan Mandiri ini melalui pameran-pameran yang diselenggarakan oleh PT. Bank Mandiri					
2.	Anda mengetahui keunggulan produk Tabungan Mandiri melalui gathering atau pertemuan-pertemuan yang diselenggarakan oleh PT. Bank Mandiri					
3.	Anda mengetahui kelebihan produk Tabungan Mandiri melalui launching produk yang diselenggarakan oleh Bank Mandiri					
C. PERSONAL SELLING						
1.	Anda mengetahui informasi mengenai produk Tabungan Mandiri melalui customer service Bank Mandiri					
2.	Anda mengetahui informasi mengenai produk Tabungan Mandiri melalui funding officer Bank Mandiri					
3.	Anda mengetahui informasi mengenai produk Tabungan Mandiri melalui Tenaga Marketing					
D. PUBLISITAS						
1.	Anda mengetahui informasi produk Tabungan Mandiri melalui berita yang dimuat di surat kabar					

2.	Anda mengetahui informasi mengenai produk Tabungan Mandiri yang dimuat pada Buletin Bank Mandiri.					
3.	Anda mengetahui informasi mengenai Produk Tabungan Mandiri melalui Majalah					

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
PENINGKATAN NASABAH PRODUK TABUNGAN						
1	Pelaksanaan strategi promosi melalui iklan telah meningkatkan nasabah penabung					
2	Pelaksanaan kegiatan promosi penjualan dapat meningkatkan nasabah penabung					
3	Pelaksanaan strategi personal selling telah meningkatkan nsabah penabung					
4	Pelaksanaan strategi publisitas telah meningkatkan nasabah penabung					