

## ABSTRAK

Penulisan thesis ini berdasarkan penelitian atas data pertumbuhan dana tabungan Star card. Sejak akhir tahun 1997 pertumbuhan dana tabungan tersebut menurun atau negatif, sehingga penulis tertarik untuk menyelidiki faktor yang menyebabkan penurunan tersebut. Untuk menyelidiki masalah tersebut, penulis membatasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan yaitu terhadap faktor pelayanan, faktor biaya promosi, frekwensi training yang dilakukan, dan posisi produk dalam *product life cycle*.

Dari hasil penelitian data-data tersebut yang dihitung berdasarkan regresi dan korelasi, dapat diidentifikasi bahwa faktor promosi yang paling berpengaruh / penyebab utama terhadap naik-turunnya jumlah dana yang dapat dihimpun. Dengan kata lain, dengan adanya kenaikan kegiatan / biaya promosi akan diikuti pula dengan kenaikan jumlah dana yang dapat dihimpun. Demikian pula sebaliknya, dengan diturunkannya biaya promosi diikuti pula dengan penurunan jumlah dana yang dapat diperoleh.

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Pengertian Star Card .....	3
C. Identifikasi Masalah .....	7
D. Hipotesa .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	9
F. Metode Penelitian .....	9
G. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	11
H. Definisi Istilah .....	11
<b>BAB II TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	13
B. Arti Serta Fungsi Bauran Pemasaran .....	21
C. Tinjauan Teoritis Mengenai Strategi Produk .....	27
C.1. Inti, Wujud Produk Tambahan dan Hierarki Produk .....	27

C.2. Keputusan Mengenai Bauran dan Lini Produk .....	31
C.3. Keputusan Mengenai Setiap Jenis Produk .....	32
<b>BAB III ANALISA</b>	
A. Survey Konsumen Terhadap Pengguna Star Card .....	46
B. Hubungan Antara Dana Yang Dapat Dihimpun Dengan Promosi Dan Training Yang Dilakukan .....	55
B.1. Hubungan Antara Biaya Promosi Dengan Dana Yang Dapat Dihimpun .....	55
B.2. Hubungan Antara Training Yang Dilakukan Dengan Dana Yang Dapat Dihimpun .....	59
B.3. Hubungan Antara Biaya Promosi, Training Yang Dilakukan Dengan Dana Yang Dapat Dihimpun .....	63
C. Siklus Kehidupan Produk .....	66
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	75
<b>LAMPIRAN</b> .....	76