

**EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
SIKOCI PADA PT.BANK NAGARI CABANG TAPUS
SUMATERA BARAT**

TUGAS AKHIR

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat akademik
dan Bahan untuk persyaratan karya Tugas Akhir*



**Oleh:
AGUS SALIM
15134002/2015**

**MANAJEMEN PERDAGANGAN DIII
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2019**

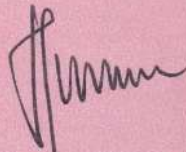
PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

**EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
SIKOCI PADA PT. BANK NAGARI CABANG TAPUS
SUMATERA BARAT**

Nama : Agus Salim
NIM : 15134002
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

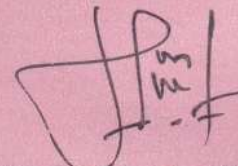
Padang, Agustus 2019

Diketahui Oleh
Koordinator Program Studi DIII
Manajemen Perdagangan



Firman, SE, M.Sc
NIP. 19800206 200312 1 001

Disetujui Oleh
Pembimbing



Muthia Roza Linda, SE,MM
NIP. 19800325 200812 2 002

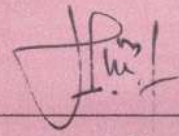
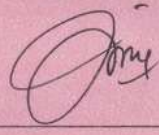
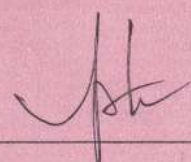
PENGESAHAN TUGAS AKHIR
EFEKTIFITAS STRATEGI PEMASARAN PRODUK TABUNGAN
SIKOCI PADA PT. BANK NAGARI CABANG TAPUS
SUMATERA BARAT

Nama : Agus Salim
NIM : 15134002
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2019

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Muthia Roza Linda, SE,MM (Ketua)	 _____
2. Dina Patrisia, SE,AK,M.Si (Anggota)	 _____
3. Astra Prima Budiarti, SE,BBA.Hons,MM (Anggota)	 _____

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agus Salim
NIM/Tahun Masuk : 15134002/2015
Tempat/Tanggal Lahir : Kampung Selamat, 20 Juni 1994
Program Studi : D III Manajemen Perdagangan
Keahlian : Perdagangan
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Tanjung Aur, RT 001, RW 006, Kel. Balai Gadang,
Kec. Koto Tangah, Padang
No. Hp/Telp : 081261801380
Judul Tugas Akhir : Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikoci
Pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus Sumatera Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana) baik di UNP maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis/ tugas akhir ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Pada karya tulis/tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/tugas akhir ini sah apabila sudah ditanda tangani asli oleh tim pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **sanksi akademik** berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis/tugas akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2019



Agus Salim
15134002/2015

ABSTRAK

Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikoci Pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus

AGUS SALIM,

2015/15134002 :

Bank Nagari Cabang Tapus

Pembimbing :

Muthia Roza Linda,SE,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana efektifitas penerapan strategi pemasaran produk tabungan sikoci yang dilakukan oleh PT. Bank Nagari Cabang Tapus, serta apa cara yang dilakukan oleh Bank Nagari Cabang Tapus dalam menarik nasabah untuk menabung di tabungan sikoci tersebut. Penelitian ini menggunakan metode wawancara. Lokasi penelitian ini di Bank Nagari Cabang Tapus yang beralamat di Jl. Nusantara, No.152 Pasar Lama, Tapus, Kecamatan Padang Gelugur, kabupaten Pasaman, Provinsi Sumatera Barat. Data penyusunan tugas akhir diperoleh melalukan wawancara secara langsung pada Bank Nagari Cabang Tapus.

Untuk mencapai tujuan dari penelitian ini maka peneliti menghimpun informasi dengan cara dari sumber laporan internal perusahaan literatur yang relepan. dalam menganalisa data penulis menggunakan jenis data kualitatif yaitu data yang menggambarkan keadaan sesungguhnya, dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT digunakan untuk perumusan sebuah strategi pemasaran produk tabungan sikoci, yang meliputi faktor internal perusahaan kekuatan(*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) dalam melakukan pemasaran produk Sikoci, sedangkan faktor eksternal yang meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treaths*) bagi perusahaan, yang dikemukakan oleh Freddy Rangkuti (2014).

Hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan terdapat strategi SO dengan mempertahankan dan meningkatkan variasi produk dengan penerapan teknologi-teknologi baru, WO dengan melakukan sosialisasi di berbgai media, ST dengan mempertahankan cirri khas produk, WT dengan memberikan tingkatan suku bunga yang bersaing.

Pada saat ini produk tabungan Sikoci berada pada posisi yang bagus karena *Strength* dan *Opportunities*nya bagus dimana strategi pemasarannya sebaiknya menggunakan Strategi agresif, dengan melakukan promosi dengan gencar dan besar-besaran, supaya bisa bertahan pada posisi ini.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, dan Bank Nagari

KATA PENGANTAR



Syukur alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya dan tak lupa untuk junjungan besar Nabi Muhammad SAW sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan tugas akhir yang berjudul “*Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikoci Pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus*”. Penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Firman, SE, M.Sc selaku ketua prodi DIII beserta para dosen dan seluruh karyawan/staf pegawai Fakultas Ekonomi atas bantuan yang diberikan selama penulis mengikuti studi.
3. Ibu Mutia Roza Linda, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, nasihat, dan arahan bagi penulis.
4. Kepada dosen penguji Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, khususnya Program Studi Diploma III serta Staf Pengajar yang telah membantu penulis selama menuntut ilmu di kampus ini.
5. Staf Administrasi Program Studi Diploma III, yang telah banyak memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi
6. Kepada Bapak Budi Kurnia, S.Pt selaku pemimpin dan seluruh Staff di Bank Nagari Cabang Tapus yang telah mengizinkan penulis untuk kemudahan dalam menyelesaikan Tugas akhir ini.

7. Karyawan dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan banyak bantuan selama penulis kuliah di Universitas Negeri Padang.
8. Secara khusus penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua tercinta (Endar Muda, Syamria) yang selalu memberikan yang terbaik dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Sebagai hadiah terindah untuk Saudara-saudara penulis (Raja Amin, Febrizal, Muhamad Yunus, Ito Parlaungan, Putri Handayani, Pandapotan, Aulia Siddik) atas Do'a dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis selama kuliah di Universitas Negeri Padang.
10. Teristimewa untuk Dewantri Putri, makasih untuk Motivasi, saran, masukan dan menemani selama penulis Kuliah di Universitas Negeri Padang.
11. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan.

Semoga bantuan, bimbingan, dan petunjuk yang bapak/ibu dan rekan-rekan berikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Sebagai penutup, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna pengembangan tugas akhir ini. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi kita semua.

Padang, Agustus2019

Agus Salim

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Pengertian Bank	7
2.3 Pengertian Pemasaran Bank	9
2.4 Strategi Pemasaran Bank.....	11
2.5 Bauran Pemasaran.....	13
2.5.1 Strategi Produk	13
2.5.2 Strategi Harga	15
2.5.3 Strategi Lokasi	16
2.5.4 Strategi Promosi.....	17
2.6 Pengertian Analisis SWOT	19
2.7 Teknik Analisis SWOT	20
2.7.1 Analisis Internal.....	20
2.7.1.1 Analisis Kekuatan	20
2.7.1.2 Analisis Kelemahan	20
2.7.2 Analisis Eksternal.....	21
2.7.2.1 Analisis Peluang (<i>Opportunity</i>)	21
2.7.2.2 Analisis Ancaman (<i>Threats</i>)	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis dan Sumber Data	24
3.3 Variabel Penelitian	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Analisa Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	26
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	26
4.1.2 Maksud dan Tujuan Didirikannya Bank Nagari	28
4.1.3 Visi dan Misi Bank Nagari.....	28
4.1.4 Pemegang Saham Bank Nagari	29

4.1.5 Fungsi Bank Nagari dalam Pembangunan Daerah Sumatera Barat	31
4.1.6 Struktur Organisasi.....	32
4.1.7 Ruang Lingkup Kegiatan / Usaha	34
4.1.7.1 Produk dan Jasa Bank Nagari	34
4.2 Pembahasan.....	40
4.2.1 Perkembangan Nasabah Penabung Produk Tabungan Sikoci PT. Bank Nagari Cabang Tapus.....	40
4.2.2 Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikoci yang Diterapkan Pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus	41
4.2.2.1. Identifikasi Kekuatan (<i>strengths</i>).....	43
4.2.2.2. Identifikasi Kelemahan (<i>weaknesses</i>)	43
4.2.2.3. Identifikasi Peluang (<i>opportunities</i>).....	45
4.2.2.4. Identifikasi Ancaman atau Hambatan (<i>treats</i>).....	46
4.2.2.5. Matrik Faktor Strategi Eksternal	46
4.2.2.6. Matrik Faktor Strategi Internal.....	49
4.2.2.7. Matrik Analisis SWOT.....	52

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	58

DAFTAR KEPUSTAKAAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
III.1 Matriks Analisis SWOT.....	25
IV.1 Pertumbuhan Nasabah Penabung Produk Tabungan Sikoci PT. Bank Nagari Cabang Tapus Tahun 2013-2017.....	41
IV.2 Perbandingan Suku Bunga Tabungan Sikoci Bank Nagari Cabang Tpus dengan Bank Lainnya Tahun 2018	44
IV.3 Matrik Faktor Strategi Eksterernal.....	48
IV.4 Matrik Faktor Strategi Internal	51
IV.5 Matrik Analisis SWOT	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Diagram Analisis SWOT.....	22
4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	33
4.2 Saluran Pemasaran PT. Bank Nagari Cabang Tapus 2018	45
4.3 Diagram Analisis SWOT	54

Daftar Lampiran

1. Surat Penelitian
2. Daftar Pertanyaan Wawancara
3. Dokumentasi Waktu Wawancara

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara, karena jasa-jasanya merupakan sentral bagi efektifnya perekonomian. Dalam arti yang luas, sebuah bank dapat dianggap jantung hati dari suatu struktur keuangan yang kompleks. Sebagai *intermediary*, bank menghimpun dana masyarakat berupa simpanan dalam bentuk giro, deposito dan tabungan yang selanjutnya dana tersebut disalurkan kepada masyarakat berupa pinjaman atau kredit. Selain itu, bank dapat memberikan layanan berupa jasa-jasa lainnya berupa *transfer*, *letter of credit*, bank garansi dan lainnya sebagaimana kelaziman di dunia perbankan.

Dewasa ini, tuntutan masyarakat terhadap dunia perbankan semakin meningkat, dimana masyarakat tidak hanya memandang sebuah bank sebagai sarana untuk menyimpan uang yang lebih aman, lebih dari itu mereka mengharapkan hasil investasi yang lebih tinggi, sehingga menciptakan suasana persaingan antar bank dalam penggalangan dana nasabah yang semakin ketat dan di sisi lain pemerintah membatasi bank dalam memberikan suku bunga produk simpanan tidak melebihi bunga perjanjian Bank Indonesia.

Bagi sebuah bank, tidaklah cukup hanya dengan memberikan jasa-jasa keuangan saja, tetapi yang terpenting bagaimana cara untuk meningkatkan mutu dari pemberian jasa-jasat tersebut. Hal ini dapat dicapai dengan kebijaksanaan dan praktek-praktek yang berpandangan jauh kedepan.

Karena begitu banyak jenis Bank mulai dari Bank Swasta sampai ke Bank Pembangunan Daerah, yang ada di seluruh Indonesia. Salah satu Bank Pembangunan daerah terdapat di Sumatera Barat yang disebut dengan Bank Nagari. Bank Nagari ini merupakan satu-satunya Bank milik pemerintah daerah, yang berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Sumatra Barat, yang tersebar diseluruh Kabupaten dan Kota di Sumatra Barat dan terdapat pula di kota-kota lain seperti Pekan Baru, Bandung dan Jakarta.

Dalam meningkatkan citra PT. Bank Nagari sebagai lembaga keuangan perbankan, maka salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menawarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah bank, sebab dengan produk yang sesuai dengan manfaat dan dapat memenuhi harapan nasabah bank maka akan dapat meningkatkan nilai tambah dari produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Nagari. Diantara produk yang ditawarkan oleh Bank Nagari, salah satu produknya bernama Tabungan Sikoci. Produk Tabungan Sikoci memiliki banyak manfaat, diantaranya dana awal untuk membuat Tabungan Sikoci ini lebih murah. Dibandingkan dengan produk tabungan yang ditawarkan oleh Bank lainnya, setoran awal Tabungan Sikoci ini sudah termasuk didalamnya dana asuransi, sedangkan kalau ditabung lain seperti Sikoci syariah untuk mendapatkan dana asuransi harus ditambah jumlah setoran awalnya.

Tabungan Sikoci yaitu:

Sebagai cabang dari Bank Nagari yang terdapat di Tapus, Bank Nagari cabang Tapus ini juga memasarkan produk tabungan sikoci. Dalam melakukan pemasaran Produk Tabungan Sikoci PT. Bank Nagari Cabang Tapus

menggunakan analisis SWOT, yaitu digunakan untuk perumusan sebuah Strategi Pemasaran produk tabungan Sikoci, yang meliputi faktor internal perusahaan kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*) PT. Bank Nagari Cabang Tapus dalam melakukan pemasaran produk Sikoci seperti memperbaiki kualitas kerja dari pegawai Bank Nagari Cabang Tapus, sedangkan faktor eksternal yang meliputi peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treaths*) bagi perusahaan, seperti munculnya pesaing baru dengan kekuatan manajemen yang lebih baik, meningkatnya daya tawar pemasok, daya tawar pembeli yang dapat memberikan tingkat harga produk maupun tingkat suku bunga yang kompetitif, hadirnya produk substitusi perbankan dan semakin ketatnya kompetisi dengan meluncurkan produk yang menarik dengan promosi yang gencar dengan tujuan untuk memenuhi harapan dan keinginan nasabah, potensi pasar dan budaya masyarakat terhadap produk tersebut.

Tidak hanya dengan produk dan promosi yang gencar Bank Nagari saat ini juga melakukan promosi ke sekolah-sekolah yang ada untuk menambah nasabah, Bank Nagari juga menawarkan beberapa keuntungan dan keunggulan menabung di Bank Nagari khususnya tabungan sikoci dan pihak Bank juga menawarkan bahwa menabung boleh minimal RP 10.00,00 per minggu dan pihak Bank bersedia datang ke Sekolah tersebut jadi siswa-siswa yang ikut menabung tidak perlu mengantarkan ke Bank. Sehingga yang menjadi nasabah di Bank Nagari berasal dari berbagai kalangan yang berbeda dengan tingkat penghasilan yang beragam. Dari berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Bank Nagari cabang Tapus, melalui analisis SWOT yang mereka terapkan, maka penulis

tertarik untuk meneliti **“Efektifitas Strategi Pemasaran Produk Tabungan Sikoci Pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus.”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang penelitian diatas maka rumusan masalahnya sebagai berikut :

“Sejauh mana efektifitas strategi pemasaran Produk Tabungan Sikoci yang diterapkan pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan utama yang ingin dicapai dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

“ Untuk mengetahui sejauhmana efektifitas penerapan strategi pemasaran produk Tabungan Sikoci yang dilakukan oleh PT. Bank Nagari Cabang Tapus”.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam strategi pemasaran, khususnya tabungan sikoci yang dihasilkan oleh PT. Bank Nagari serta analisis SWOT yang dimiliki bila dibandingkan dengan perusahaan lain yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat:

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan pengetahuan mengenai masalah yang diteliti, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kesesuaian fakta dilapangan dengan teori yang dipelajari di bangku kuliah.

b. Bagi Prusahaan

Untuk memberikan informasi kepada manajemen perusahaan perbankan untuk menjadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi pemasaran khususnya analisis SWOT pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus.

c. Bagi Pembaca

Sebagai bahan referensi dan titik tolak bagi para pembaca dan peneliti lain dalam melakukan penelitian lebih lanjut.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan atas masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Adapun strategi pemasaran produk tabungan Sikoci yang diterapkan pada PT. Bank Nagari Cabang Tapus adalah strategi pemasaran yang mengacu pada Analisis SWOT, diantaranya: mempunyai kekuatan seperti kekompakan sesama karyawan, peluang yang bagus karena merupakan satu-satunya Bank Pembangun Daerah yang ada di Sumatra Barat. kemudian kelemahan yang dimiliki oleh Bank Nagari adalah karena merupakan satu-satunya bank pembangunan daerah yang ada di Sumatra Barat maka bank Nagari tidak disemua daerah mempunyai cabangnya di Indonesia. Ancaman yang dimiliki oleh bank nagari adalah persaingan yang semakin ketat dengan bank-bak lainnya baik swasta maupun bank yang BUMN yang semakin meningkat jumlahnya. Tabungan Sikoci berada pada posisi yang sangat bagus dan sebaiknya Tabungan Sikoci ini harus mampu mempertahankan posisinya dengan melakukan promosi yang gencar.
2. Adapun program atau kegiatan yang harus dilakukan oleh pihak manajemen PT. Bank Nagari Cabang Tapus adalah dengan meningkatkan pelayanan terhadap nasabah, meningkatkan promosi produk tabungan sikoci PT. Bank Nagari Cabang Tapus, serta meningkatkan kegiatan-kegiatan yang dapat menarik minat masyarakat.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitan dan pembahasan maka penulis mengajukan saran yang kiranya dapat berguna bagi pihak PT. Bank Nagari Cabang Tapus yaitu :

1. Sebaiknya pihak perusahaan melakukan promosi yang gencar kepada nasabah supaya meningkatkan jumlah nasabah penabung di PT. Bank Nagari Cabang Tapus, khususnya menabung di tabungan Sikoci.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Bank Nagari Cabang Tapus, diharapkan pihak perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran ke yang lebih baik lagi, agar Tabungan Sikoci dapat bertahan pada posisi yang bagus ini dan bisa bersaing dengan produk tabungan dari Bank Konvensional lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dendawijaya, Lukman. 2008. *Manajemen Perbankan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasibuan, Melayu. 2007. *Dasar-dasar Perbankan*. Cetakan Pertama. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indroes, Ferry N. 2008. *Manajemen Resiko Perbankan*, Edisi Pertama. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. 2008. *Manajemen Perbankan*, Edisi Revisi. Jakarta: Grafindo Perdas.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kedua belas. Jakarta: Prenhalindo.
- Rangkuti, Fredy. 2014. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Cetakan Kedelapan Belas. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siswanto, Sutojo dan Kleinsteurber, F 2002. *Strategi Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing in Business*, Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sumarni, Murti. 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi Revisi. Yogyakarta: Liberty.
- Swastha, Basu dan HAndoko, Hani. 2008. *Manajemen Pemasaran: Analisis Pelaku Konsumen*, Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE
- Undang-undang Perbankan No. 14 tahun 1998, Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahjono, Iman Sentot.2010. *Manajemen Pemasaran Bank*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.