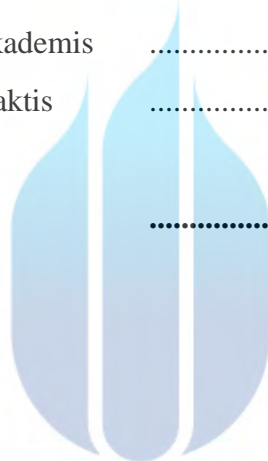


DAFTAR ISI

Abstrak	i
Lembar Persetujuan Skripsi	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Fokus Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	17
2.2.1 Pemasaran	17
2.2.2 New Wave Marketing.....	18
2.2.3 Komunikasi Pemasaran Interaktif.....	20

2.2.4	Strategi Digital Komunikasi Pemasaran	22
2.2.4.1	Definisi Strategi	22
2.2.4.2	Metode Strategi Komunikasi SOSTAC	25
2.2.5	Promosi	28
2.2.5.1	Pengertian Promosi	28
2.2.5.2	Tujuan Promosi	29
2.2.5.3	Bauran Promosi	31
2.2.6	Media Komunikasi Pemasaran Digital	34
2.2.7	Minat Konsumen	40
2.2.8	Teori Sikap	42
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1	Paradigma Penelitian	44
3.2	Tipe Penelitian	45
3.3	Metode Penelitian	46
3.4	Subyek Penelitian	46
3.5	Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1	Data Primer	48
3.3.2	Data Sekunder	49
3.6	Teknik Analisis Data	49
3.7	Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
4.1.1	Gambaran Umum Bank Sinarmas	55
4.1.2	Sejarah Berdirinya	57
4.1.3	Visi dan Misi Bank Sinarmas	58
4.1.4	Struktur Organisasi Bank Sinarmas	58

4.1.5	Divisi Digital Banking Bank Sinarmas.....	59
4.2	Hasil Penelitian	62
4.3	Pembahasan	73
4.3.1	Ulasan Teori yang Digunakan Pada Penelitian .	73
4.3.2	Pembahasan Hasil Penelitian terhadap SOSTAC	76
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1	Simpulan	90
5.2	Saran	91
5.2.1	Akademis	91
5.2.2	Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	93



UNIVERSITAS
MERCU BUANA