

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------|--|
| HALAMAN JUDUL | |
| LEMBAR PERNYATAAN | |
| LEMBAR PENGESAHAN | |
| ABSTRAK | |
| KATA PENGANTAR | |
| DAFTAR ISI | |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| BAB I | PENDAHULUAN | 1 |
| | 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| | 1.2. Fokus Penelitian | 6 |
| | 1.3. Tujuan Penelitian | 6 |
| | 1.4. Manfaat Penelitian | 7 |
| | 1.4.1. Manfaat Teoritis/Akademis | 7 |
| | 1.4.2. Manfaat Praktis | 7 |
| BAB II | TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| | 2.1. Penelitian Terdahulu | 8 |
| | 2.2. Komunikasi Pemasaran | 13 |
| | 2.3. Bauran Pemasaran | 14 |
| | 2.4. Promosi | 16 |
| | 2.4.1. Tujuan Promosi | 19 |
| | 2.4.2. Strategi Promosi | 21 |
| | 2.4.3. Bauran Promosi | 22 |
| | 2.4.4. Strategi dorong atau tarik | 25 |
| | 2.5. Analisis Segmentasi, Targetting dan Positioning | 26 |
| | 2.6. Komunikasi Pemasaran Jasa | 28 |
| | 2.6.1. Konsep Dasar Pemasaran Jasa Profesional | 29 |
| | 2.7. Pemasaran Jasa Perbankan | 31 |
| | 2.7.1. Penerapan Strategi Pemasaran Bank | 31 |
| | 2.7.2. Saluran Pemasaran Untuk Jasa-Jasa Bank | 32 |
| | 2.7.3. Strategi Pengembangan Produk Jasa | 33 |
| BAB III | METODOLOGI PENELITIAN | 36 |
| | 3.1. Paradigma Penelitian | 36 |
| | 3.2. Metode Penelitian | 37 |
| | 3.3. Subjek Penelitian | 38 |
| | 3.4. Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| | 3.5. Teknik Analisis Data | 41 |
| | 3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 43 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 45 |
| | 4.1. Gambaran Umum Perusahaan | 45 |
| | 4.1.1. Sejarah Singkat PT. Bank Panin Dubai Syariah Tbk. ... | 45 |

| | | |
|--------------|---|-----------|
| 4.1.2. | Visi dan Misi PT. Bank Panin Dubai Syariah Tbk..... | 47 |
| 4.1.3. | Struktur Organisasi PT. Bank Panin Dubai Syariah Tbk..... | 49 |
| 4.1.4. | Tabungan haji | 53 |
| 4.1.5. | Persyaratan membuka Tabungan Haji..... | 54 |
| 4.1.6. | Program Layanan Satu Atap..... | 55 |
| 4.2. | Hasil Penelitian..... | 56 |
| 4.2.1. | Perencanaan Perusahaan..... | 58 |
| 4.2.2. | Strategi Promosi | 59 |
| 4.2.3. | Tujuan Promosi | 61 |
| 4.2.4. | Analisis STP(Segmentation, Targeting dan Positioning)..... | 63 |
| 4.2.5. | Pelaksanaan/Evaluasi | 66 |
| 4.2.6. | Bauran Promosi | 70 |
| 4.2.7. | Jumlah Nasabah..... | 80 |
| 4.3. | Pembahasan..... | 82 |
| BAB V | SIMPULAN DAN SARAN..... | 88 |
| 5.1. | Simpulan | 88 |
| 5.2. | Saran | 89 |
| 5.2.1. | Saran Akademis..... | 89 |
| 5.2.2. | Saran Praktis..... | 90 |

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

