

DAFTAR ISI

Abstract.....	i
Abstrak.....	ii
Lembar Persetujuan Sidang Tesis.....	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang.....	iv
Lembar Pengesahan Perbaikan Tesis.....	v
Lembar Pengesahan Tesis.....	vi
Pernyataan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2.	Fokus Penelitian.....	8
1.3.	Identifikasi Penelitian.....	8
1.4.	Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
	1.4.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.5	Manfaat Penelitian.....	9
	1.5.1 Manfaat Teoritis.....	9
	1.5.2 Manfaat Praktis.....	10

BAB II KAJIAN PUSTAKA & KERANGKA PEMIKIRAN

2.1	Penelitian Terdahulu.....	11
2.2	Komunikasi Pemasaran.....	21
2.3	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	27
	2.3.1 Pengertian Strategi.....	27
	2.3.2 Promosi.....	30

2.3.3	Bentuk-Bentuk Utama Komunikasi Pemasaran.....	32
2.3.4	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	34
2.3.5	Konsep Strategi Pemasaran.....	36
2.4	Teori Difusi Inovasi.....	31
2.4.1	Tahapan Proses Difusi.....	38
2.4.2	Lima Tahap Proses Adopsi.....	39
2.4.3	Model Teori Difusi Inovasi.....	41
2.4.4	Inovasi.....	41
2.5	New Media.....	44
2.5.1	Manfaat New Media.....	45
2.5.2	Komponen New Media.....	46
2.5.3	Aplikasi New Media.....	47
2.6	Digital Banking.....	47
2.6.1	Layanan Perbankan Digital.....	50
2.7	Branchless Banking.....	52
2.7.1	Media Komunikasi.....	55
2.7.2	Internal Marketing.....	55
2.7.2	Sostac.....	57
2.9	Kerangka Pemikiran.....	60
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Paradigma Penelitian.....	61
3.2	Tipe Penelitian.....	62
3.3	Metode Penelitian.....	63
3.4	Subjek Penelitian.....	64
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.5.1	Data Primer.....	67
3.5.2	Data Sekunder.....	67
3.6	Teknik Analisis Data.....	68
3.7	Teknik Keabsahan Data.....	69

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	71
4.1.1	Bank CIMB Niaga.....	71
4.1.2	Visi Bank CIMB Niaga.....	75
4.1.3	Misi Bank CIMB Niaga.....	75
4.1.4	Nilai – Nilai Dasar Bank CIMB Niaga.....	75
4.1.5	Logo Bank CIMB Niaga.....	76
4.1.6	Produk Bank CIMB Niaga.....	77
4.1.7	Digital Lounge.....	79
4.2	Hasil Penelitian.....	81
4.2.1	Tim Divisi Branchless Banking.....	82
4.2.2	Digital Lounge Bank CIMB Niaga.....	85
4.2.3	Awal Mula Digital Lounge.....	86
4.2.4	Tujuan Digital Lounge.....	87
4.2.5	Segmentasi Digital Lounge.....	88
4.2.6	Cara Digital Lounge Bekerja.....	90
4.2.7	Target Digital Lounge.....	95
4.2.8	Promosi Digital Lounge.....	97
4.2.9	Strategi Promosi Digital Lounge.....	100
4.2.10	Media Promosi Digital Lounge.....	115
4.3	Pembahasan.....	127

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	133
5.2	Saran.....	135
5.2.1	Saran Akademis.....	135
5.2.2	Saran Praktis.....	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP