

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Rumusan Masalah Makro .....	10
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1 Maksud Penelitian .....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	12
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>	<b>14</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	14

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	17
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi.....	17
2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi.....	19
2.1.2.3 Proses Komunikasi.....	20
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....	22
2.1.2.5 Tujuan Komunikasi.....	23
2.1.2.6 Hambatan Komunikasi.....	23
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi.....	25
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi.....	25
2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi.....	26
2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi.....	26
2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	27
2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	31
2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	35
2.1.5 Tinjauan Tentang Bank Konvensional.....	36
2.1.5.1 Pengertian Bank Konvensional.....	36
2.1.5.2 Fungsi dan Peran Bank Konvensional.....	38
2.1.5.3 Kegiatan dalam Bank Konvensional.....	45
2.1.5.4 Prosedur dalam Bank Konvensional.....	47
2.2 Kerangka Pemikiran.....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>58</b>
3.1 Desain Penelitian.....	58
3.2 Informan Penelitian.....	60
3.2.1 Informan Kunci.....	61

3.2.2 Informan Pendukung .....	62
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.3.1 Studi Pustaka .....	64
3.3.2 Studi Lapangan .....	66
3.4 Uji Keabsahan Data.....	68
3.5 Teknik Analisa Data.....	70
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	73
3.6.1 Lokasi Penelitian .....	73
3.6.2 Waktu Penelitian.....	73
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>76</b>
4.1 Gambaran objek Penelitian .....	79
4.1.1 Sejarah Bank Mega.....	79
4.1.2 Visi Misi Bank Mega.....	81
4.2 Deskripsi Informan Penelitian.....	82
4.2.1 Informan Kunci Penelitian.....	84
4.2.2 Informan Pendukung Penelitian.....	86
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	88
4.3.1 Analisa Penelitian .....	88
4.3.2 Penetapan Tujuan Pemasaran Pada Divisi Consumer Sales Head Bank Mega Kota Bandung dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega di Kota Bandung.....	90
4.3.3 Penetapan Sasaran Pemasaran Pada Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu	

Kredit Bank Mega Di Kota Bandung.....	92
4.3.4 Rancangan Pesan dan Media Pada Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung .....	95
4.3.5 Pengembangan Promotional Mix Pada Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung .....	100
4.3.6 Evaluasi Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung.....	102
4.4 Pembahasan.....	105
4.4.1 Penetapan Tujuan Pemasaran Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung .....	106
4.4.2 Penetapan Sasaran Pemasaran Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung .....	108
4.4.3 Rancangan Pesan dan Media Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung .....	109
4.4.4 Pengembangan Promotional Mix Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung .....	112
4.4.5 Evaluasi Divisi Consumer Sales Head Dalam Meningkatkan	

Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit Bank Mega Di Kota Bandung .....	118
4.4.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Divisi Consumer Sales Head Bank Mega Kota Bandung (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Divisi Consumer Sales Head Bank Mega Bandung Dalam Meningkatkan Minat Nasabah Menggunakan Kartu Kredit di Bank Mega di Kota Bandung).....	120
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>123</b>
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Saran.....	126
5.2.1 Saran Untuk Startegi Komunikasi Pemasaran Bank mega .....	126
5.2.2 Saran Untuk peneliti selanjutnya .....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>128</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>131</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>158</b>