DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSEMBAHAN i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* .....v**

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xviii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 8

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9

1.3.1 Maksud Penelitian 9

1.3.2 Tujuan Penelitian 9

1.4 Kegunaan Penelitian 10

1.4.1 Kegunaan Teoritis 10

1.4.2 Kegunaan Praktis 10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....12

2.1 Tinjauan Pustaka 12

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu 12
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 16
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi 16
2.1.2.2 Unsur-unsur Dasar Komunikasi 18
2.1.2.3 Proses Komunikasi 19
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi 21
2.1.2.5 Tujuan Komunikasi 22
2.1.2.6 Hambatan Komunikasi 23
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi 25
2.1.3.1 Pengertian 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 28
2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 32
2.1.4.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran 36
2.1.5 Tinjauan Tentang Bank Syariah.....38
2.1.5.1 Pengertian Bank Syariah 38
2.1.5.2 Fungsi dan Peran Bank Syariah.....40
2.1.5.3 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional 41
2.1.6 Tinjauan Tentang Nasabah 43
2.1.7 Tinjauan Tentang Minat 43
2.2 Kerangka Pemikiran 44
BAB III METODE PENELITIAN 53

3.1 Desain Penelitian 53
3.2 Informan Penelitian 55
3.3 Teknik Pengumpulan Data 59
3.3.1 Studi Pustaka 60
3.3.2 Studi Lapangan 62
3.4 Uji Keabsahan Data 65
3.5 Teknik Analisa Data 67
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 70
3.6.1 Lokasi Penelitian 70
3.6.2 Waktu Penelitian 70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 72
4.1 Hasil Penelitian 74
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 74
4.1.1.1 Sejarah Bank BNI Syariah 74
4.1.1.2 Visi Misi 75
4.1.1.3 Budaya Kerja 76
4.1.1.4 Logo dan Arti Lambang 78
4.1.1.5 Job Deskripsi Divisi *Consumer Sales Head* 80
4.1.1.6 Struktur Organisasi Bank BNI Syariah 81
4.1.2 Informan Penelitian 82
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian 95
4.1.3.1 Periklanan Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung 96

4.1.3.2 Promosi Penjualan Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung 100
4.1.3.3 Hubungan Masyarakat dan Publisitas Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung 107
4.1.3.4 Penjualan Personal Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung 110
4.1.3.5 Pemasaran Langsung Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung 116
4.1.3.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung.117
4.2 Pembahasan 119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 156
5.1 Kesimpulan 157
5.2 Saran 158
5.2.1 Saran Bagi Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung 158
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....159
DAFTAR PUSTAKA.....161
LAMPIRAN-LAMPIRAN 164
DOKUMENTASI 284
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 289

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 12

Tabel 2.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....41

Tabel 3.1 Informan Kunci.....57

Tabel 3.2 Informan Pendukung.....58

Tabel 3.3 Waktu Penelitian.....71

Tabel 4.1 Jadwal Wawancara.....73

Tabel 4.2 Jadwal Wawancara Dengan Informan Kunci.....83

Tabel 4.3 Jadwal Wawancara Dengan Informan Pendukung 83

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Model Dasar Komunikasi Pemasaran 30

Gambar 2.2 Model Alur Kerangka Pemikirann 52

Gambar 3.1 Komponen-komponen Analisa Data Model Komunikasi 68

Gambar 4.1 Logo Bank BNI Syariah 78

Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank BNI Syariah 81

Gambar 4.3 Informan Kunci 1: Luthvy Indaka.....84

Gambar 4.4 Informan Kunci 2: Ayodya Arif.....85

Gambar 4.5 Informan Pendukung 1: Inisial CN 87

Gambar 4.6 Informan Pendukung 2: Hendrizon.....89

Gambar 4.7 Informan Pendukung 3: Dwi Silviany.....90

Gambar 4.8 Informan Pendukung 4: Dini Soepihartini 92

Gambar 4.9 Informan Pendukung 5: Fachryana M.Y 94

Gambar 4.10 Brosur Bank BNI Syariah 122

Gambar 4.11 Instagram Bank BNI Syariah 122

Gambar 4.12 Website Bank BNI Syariah 123

Gambar 4.13 Poster Bank BNI Syariah 125

Gambar 4.14 Banner Bank BNI Syariah 125

Gambar 4.15 Iklan Bank BNI Syariah 126

Gambar 4.16 Model Periklanan Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung 128

Gambar 4.17 Halaman Utama Aplikasi YAP 130

Gambar 4.18 Kegiatan Pemasaran Bank BNI Syariah 130

Gambar 4.19 Model Promosi Penjualan Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung.....133

Gambar 4.20 Dokumentasi Kegiatan Hubungan Masyarakat 135

Gambar 4.21 Model Promosi Penjualan Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung.....137

Gambar 4.22 Dokumentasi Kegiatan Hubun *Role Play* 139

Gambar 4.23 Model Penjualan Personal Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung.....142

Gambar 4.24 Model Pemasaran Langsung Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung.....144

Gambar 4.25 Total Aset Bank Syariah 148

Gambar 4.26 *Market Share* Bank Syariah 149

Gambar 4.27 Model Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Divisi *Consumer Sales Head* Bank BNI Syariah Kantor Cabang Bandung.....155

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 : Surat Izin Pra Penelitian.....164

Lampiran 2 : Surat Izin penelitian 165

Lampiran 3 : Surat Keterangan Penelitian dari Perusahaan 166

Lampiran 4 : Surat Persetujuan Pembimbing 167

Lampiran 5 : Berita Acara Bimbingan Seminar Usulan Penelitian 168

Lampiran 6 : Berita Acara Bimbingan Sidang Skripsi 169

Lampiran 7 : Surat Rekomendasi Pembimbing Mengikuti Seminar Usulan Penelitian.....170

Lampiran 8 : Surat Rekomendasi Pembimbing Mengikuti Sidang Sarjana 171

Lampiran 9 : Surat Permohonan Usulan Penelitian.....172

Lampiran 10 : Surat Permohonan Sidang Sarjana 173

Lampiran 11 : Lembar Revisi Usulan Penelitian.....174

Lampiran 12 : Lembar Revisi Skripsi 175

Lampiran 13 : Surat Publikasi 176

Lampiran 14 : Pedoman Observasi.....177

Lampiran 15 : Pedoman Wawancara.....181

Lampiran 16 : Identitas Informan 187

Lampiran 17 : Hasil Pelaksanaan Observasi.....194

Lampiran 18 : Hasil Wawancara Informan Kunci.....199

Lampiran 19 : Hasil Wawancara Informan Pendukung.....245