

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Lokasi Penelitian	7
1.5.1 Lokasi Penelitian	7
1.5.2 Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Digital Marketing	10
2.1.1.1 Pengertian Digital Marketing	10
2.1.1.2 Komponen Digital Marketing	11
2.1.1.3 Dimensi Digital Marketing	14
2.1.2 Minat Nasabah.....	16
2.1.2.1 Pengertian Minat	16
2.1.2.2 Dimensi Minat.....	17
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah.....	20
2.1.3 Kredit Guna Bhakti.....	21
2.1.3.1 Pengertian Kredit Guna Bhakti	21
2.1.3.2 Karakteristik Produk Kredit Guna Bhakti.....	21
2.2 Kerangka Pemikiran	25
2.3 Hipotesis	27
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	28
3.1 Objek Penelitian	28

3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan.....	28
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	30
3.1.3 Makna dan Logo Perusahaan PT. Bank Jabar Banten	31
3.1.4 Struktur Organisasi PT. Bank Jabar Banten KCP Pasar Ciawi.....	33
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.2.1 Jenis Penelitian.....	34
3.2.2 Operasional Variabel.....	35
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.2.3.2 Populasi Sasaran	41
3.2.3.3 Penentuan Sampel.....	41
3.2.4 Model Penelitian	44
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.2.5.1 Uji Kualitas Data	45
3.2.5.2 Uji Statistik Deskriptif.....	47
3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.2.5.4 Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	50
4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.1.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	52
4.1.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Digital Marketing.....	52
4.1.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Minat Nasabah	58
4.1.3 Analisis Data Penelitian	64
4.1.3.1 Uji Kualitas Data	64
1. Uji Validitas	64
2. Uji Reliabilitas	66
4.1.3.2 Uji Statistik Deskriptif.....	67
4.1.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	68
1. Uji Normalitas.....	68
2. Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.1.3.4 Uji Hipotesis	71
1. Uji Koefisien Determinasi	71
2. Uji T	72
4.2 Pembahasan.....	73

4.2.1 Digital Marketing di Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Pasar Ciawi.....	73
4.2.2 Minat Nasabah di Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Pasar Ciawi.....	75
4.2.3 Pengaruh Digital Marketing terhadap Minat Nasabah Pada Kredit Guna Bhakti Kantor Cabang Pembantu Pasar Ciawi.....	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

No Tabel	Keterangan	Halaman
1.1	Jadwal Penelitian	9
2.1	Penelitian Terdahulu	23
3.1	Operasional Variabel.....	35
3.2	Skala Pengukuran.....	40
4.1	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Marketing.....	52
4.2	Rekapitulasi Digital Marketing.....	53
4.3	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Digital Marketing Secara Keseluruhan.....	57
4.4	Klasifikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator Minat Nasabah	59
4.5	Rekapitulasi Minat Nasabah	60
4.6	Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Minat Nasabah Secara Keseluruhan	63
4.7	Uji Validitas	65
4.8	Uji Reliabilitas	66
4.9	Uji Statistik Deskriptif	67
4.10	Uji Normalitas.....	69
4.11	Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.12	Uji Koefisien Determinasi	71
4.13	Uji T	72

DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Keterangan	Halaman
2.1	Kerangka Pemikiran.....	26
3.1	Logo PT Bank Jabar Banten Tbk	31
3.2	Struktur Organisasi PT Bank Jabar Banten Kantor Cabang Pembantu Pasar Ciawi	33
4.1	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2	Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Keterangan	Halaman
Lampiran 1 Dokumentasi Foto.....	94
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 3 Rekap Angket	97
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	101
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	102
Lampiran 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif	103
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	104
Lampiran 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	105
Lampiran 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	106
Lampiran 11 Hasil Uji T	107
Lampiran 12 Hasil Deskripsi Data Penelitian	108
Lampiran 12 Hasil Deskripsi Data Penelitian Digital Marketing	109
Lampiran 13 Hasil Deskripsi Data Penelitian Minat Nasabah.....	112
Lampiran 14 Hasil MSI Digital Marketing.....	115
Lampiran 15 Hasil Minat Nasabah	118