

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRACT.....	viv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x
KETERANGAN DAFTAR TABEL	xii
KETERANGAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Waktu Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	13
2.1 Tinjauan Pustaka.....	13
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran Bank	14
2.1.2.1 Tujuan Pemasaran Bank.....	15
2.1.3.2 Konsep Pemasaran Bank	16
2.1.2 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	19
2.1.2.1 Tujuan <i>Digital Marketing</i>	21
2.1.2.2 Strategi <i>Digital Marketing</i>	22
2.1.2.3 Dimensi <i>Digital Marketing</i>	24
2.1.2.4 Konsep <i>Digital Marketing</i>	26
2.1.3 Pengertian <i>Brand Awarenees</i>	27

2.1.3.1 Dimensi <i>Brand Awarenees</i>	28
2.1.4 Tabungan BritAma Bisnis.....	29
2.2 Kerangka Pemikiran	39
2.3 Hipotesis	42
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Objek Penelitian	43
3.2 Metode Penelitian	43
3.2.1 Jenis Penelitian	44
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	46
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	48
3.2.4 Model Penelitian.....	58
3.2.5 Teknik Analisis Data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Hasil Pembahasan.....	66
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	66
4.1.2 Analisis Data Penelitian.....	70
4.2 Pembahasan	109
4.2.1 <i>Digital Marketing</i> di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	109
4.2.2 <i>Brand Awarenees</i> Produk BritAma Bisnis di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	113
4.2.3 Pengaruh <i>Digital Marketing</i> terhadap <i>Brand Awarenees</i> Produk BritAma Bisnis di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	116
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Simpulan	119
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN	127