

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	12
1.5. Kerangka Teori.....	12
1.5.1. <i>Elaboration Likelihood Model</i>	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1. Komunikasi Pemasaran.....	20

2.2. <i>Word of Mouth</i>	27
2.3. <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i>	33
2.4. Penelitian Terdahulu.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Jenis Penelitian	43
3.2. Subjek dan Objek Penelitian.....	44
3.2.1. Subjek Penelitian	44
3.2.2. Objek Penelitian	45
3.3. Sumber Data	45
3.3.1. Data Primer.....	45
3.3.2. Data Sekunder.....	46
3.4. Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1. Wawancara	47
3.4.2. Dokumentasi.....	48
3.4.3. Studi Pustaka	49
3.5. Teknik Analisis Data	50
3.6. Validitas.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	54
4.1.1. Bank BTPN.....	54
4.1.2. Visi dan Misi Bank BTPN.....	56
4.1.2.1. Visi Bank BTPN.....	56
4.1.2.2. Misi Bank BTPN	56
4.1.3. Struktur Organisasi Bank BTPN	57
4.1.4. Jenius	57
4.1.4.1. Tentang Jenius	57
4.1.4.2. Produk dan Layanan Jenius	59
4.1.4.2.1. Kartu	59
4.1.4.2.2. Tabungan.....	60

4.1.4.2.3. Transaksi.....	61
4.1.4.2.4. Rekam Jejak Transaksi	63
4.1.4.3. Pemasaran Jenius.....	65
4.1.5. Deskripsi Informan	79
4.2. Hasil Penelitian.....	82
4.2.1. Tahapan Awal Word of Mouth.....	84
4.2.2. Motivasi Memproses Word of Mouth	92
4.2.3. Kemampuan Memproses Pesan.....	101
4.2.4. Proses Pengolahan dan Perubahan Kognitif.....	107
4.3. Pembahasan	113
BAB V PENUTUP	129
5.1. Kesimpulan.....	129
5.2. Saran	130
DAFTAR PUSTAKA	132
Lampiran.....	136