

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Teoritis	6
1.4.3 Manfaat Praktis	6
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.5.1 Teori Elaboration Likelihood Model	6
1.5.2 Jalur Pusat (<i>Central Route</i>)	8
1.5.3 Jalur Periferal	10
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Definisi Strategi Komunikasi	15

2.1.1 Tujuan Strategi Komunikasi	18
2.1.2 Proses Perencanaan Strategi	23
2.1.3 Faktor Pendukung Strategi Komunikasi	24
2.1.4 Jenis Strategi Komunikasi.....	25
2.2 Definisi Komunikasi Persuasif	26
2.2.1. Unsur-unsur dalam Komunikasi Persuasif.....	27
2.2.2. Tujuan Komunikasi Persuasif	29
2.2.3. Proses Komunikasi Persuasif	30
2.3 Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III	37
METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Subjek Penelitian	38
3.3 Sumber Data	38
3.3.1 Data Primer	38
3.3.2 Data Sekunder	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Wawancara.....	40
3.4.2 Observasi.....	41
3.4.3 Studi Pustaka.....	41
3.5 Lokasi Penelitian	42
3.6 Teknik Analisis Data	42
3.7 Teknik Keabsahan Data	44
3.7.1 Triangulasi Sumber	45
BAB IV	47
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Sejarah Berdirinya Aplikasi Jenius	47
4.2 Visi dan Misi Bank BTPN Meluncurkan Aplikasi Jenius.....	48
4.3 Tujuan Bank BTPN Meluncurkan Aplikasi Jenius	49
4.4 Strategi Komunikasi Sales Marketing.....	50
4.5 Pengaruh Faktor Jalur Pusat dalam Keputusan Nasabah	55
4.5.1 Manfaat Finansial.....	55

4.5.2	Keunggulan Aplikasi Jenius.....	57
4.5.3	Pemahaman, Keyakinan, dan Pengetahuan Mendalam.....	61
4.6	Pengaruh Faktor Jalur Periferal dalam Keputusan Nasabah	61
4.6.1	Citra Sales Marketing	62
4.6.2	Pengaruh Sosial.....	63
4.6.3	Promo, Diskon, dan <i>Cashback</i> Jenius.....	64
4.6.4	Citra Positif Melalui Media Sosial.....	65
4.6.4	Penampilan Aplikasi Jenius	66
4.7	Dampak Keputusan Nasabah dalam Penggunaan Aplikasi Jenius.....	67
4.8	Pembahasan	68
BAB V.....		83
PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan.....	83
5.2	Saran	84
5.2.1	Saran Praktis	84
5.2.2	Penelitian Akademis	85
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN.....		88