

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	16
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.4 Kerangka Pemikiran.....	17
1.5 Asumsi.....	24
1.6 Hipotesis.....	24
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	26
2.1 Pemasaran Jasa Perbankan.....	26
2.1.1 Konsep Pemasaran Perbankan.....	26
2.1.2 Konsep Jasa Perbankan	30
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa Perbankan	33
2.2 Promosi dan Bauran Promosi	37
2.2.1 Konsep Promosi.....	37
2.2.2 Konsep Bauran Promosi	39
2.3 Konsep <i>Public Relation</i>	41
2.4 Konsep <i>Event Marketing</i>	43
2.5 Konsep Citra Perusahaan	46
2.5.1 Pengertian Citra Perusahaan	46

2.5.2 Alasan-alasan Pentingnya Membangun Citra Perusahaan	49
2.5.3 Proses Pembentukan Citra Perusahaan.....	50
2.5.4 Mengkomunikasikan Citra Perusahaan	51
2.5.5 Manfaat Citra Perusahaan.....	52
2.5.6 Komponen-Komponen Citra Perusahaan	52
2.6 Pengaruh <i>Event Marketing</i> Terhadap Citra Perusahaan	54
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	55
3.1 Objek Penelitian	55
3.2 Metode Penelitian.....	56
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan	56
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	60
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	61
3.2.4.1 Populasi.....	61
3.2.4.2 Sampel.....	62
3.2.4.3 Teknik Sampling	64
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	66
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas.....	67
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	70
3.2.7 Teknik Analisa Data.....	72
3.2.8 Rancangan Uji Hipotesis.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
4.1 Hasil Penelitian	82
4.1.1 Profil Perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk.	82
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	84
4.1.3 Produk dan Layanan Perusahaan	85
4.1.4 Struktur Organisasi PT.BCA Tbk	86
4.2 Karakteristik Responden	89
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	89

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status	91
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	92
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	93
4.3	Gambaran Variabel Penelitian	94
4.3.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Event Marketing</i>	94
4.3.1.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Entertainment</i> ...	94
4.3.1.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Excitement</i>	101
4.3.1.3	Tanggapan Responden Mengenai <i>Enterprise</i>	106
4.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan....	113
4.3.2.1	Tanggapan Responden Mengenai <i>Reputation</i>	113
4.3.2.2	Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Credibility</i>	117
4.3.2.3	Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Service Quality</i> ..	121
4.3.2.4	Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Extension Quality</i> ...	126
4.3.2.5	Tanggapan Konsumen Mengenai <i>Fit</i> .	130
4.4	Pengujian Hipotesis.....	132
4.5	Pembahasan.....	138
BAB V	KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	143
5.1	Kesimpulan	143
5.2	Rekomendasi	144
DAFTAR PUSTAKA	145