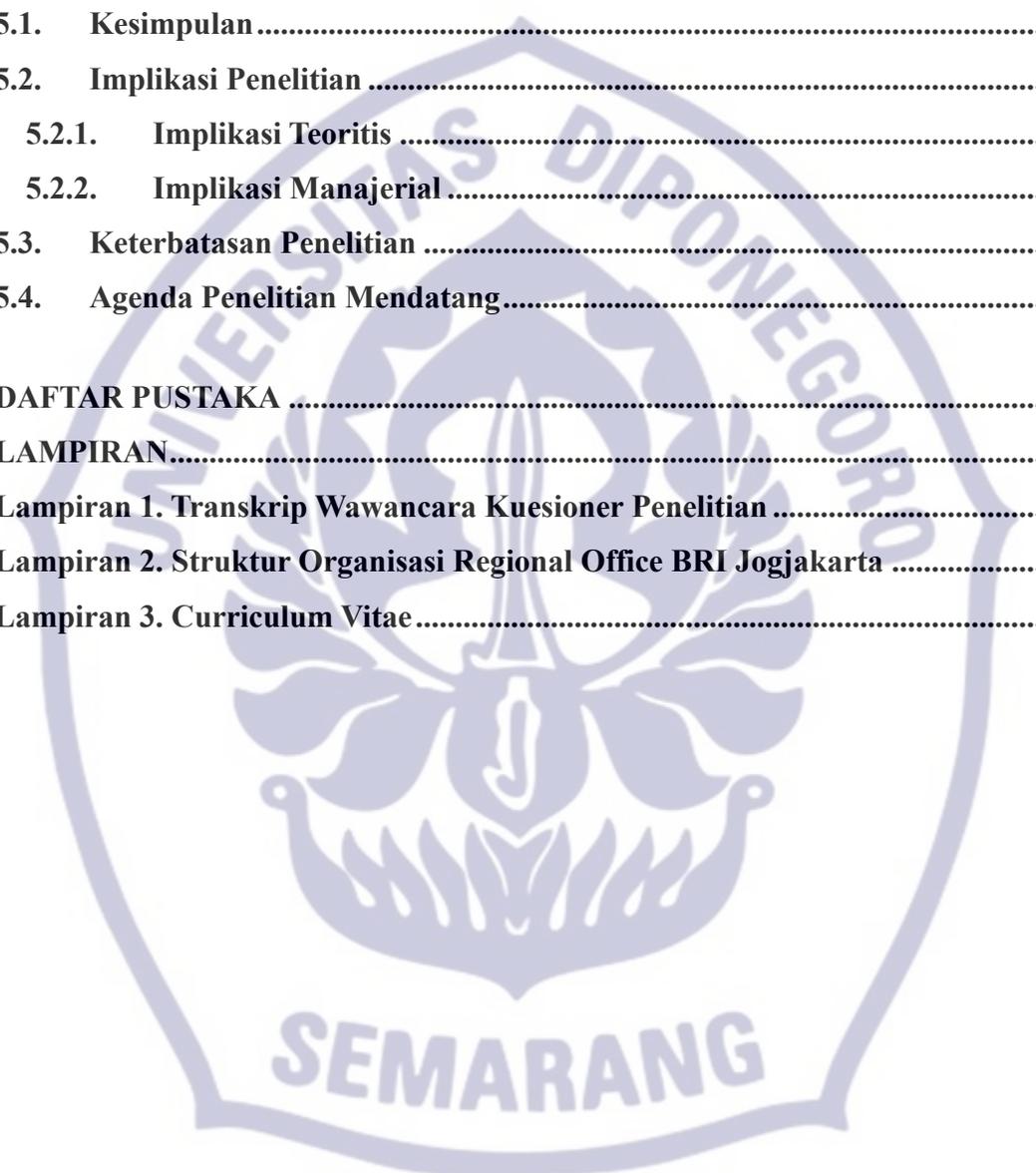


## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. <b>Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
1.2. <b>Rumusan Masalah .....</b>	<b>14</b>
1.3. <b>Tujuan Penelitian .....</b>	<b>15</b>
1.4. <b>Kegunaan Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL .....</b>	<b>18</b>
2.1. <b>Landasan Teori.....</b>	<b>18</b>
2.1.1. <b>Pengertian Strategi Implementasi .....</b>	<b>18</b>
2.1.2. <b>Implementasi Strategi <i>Customer Centricity</i> .....</b>	<b>21</b>
2.1.3. <b>Manfaat Implementasi Strategi <i>Customer Centricity</i>.....</b>	<b>25</b>
2.1.4. <b>Tahapan Penerapan Strategi <i>Customer Centricity</i> .....</b>	<b>29</b>
2.1.5. <b>Hambatan-Hambatan Implementasi Strategi <i>Customer Centricity</i> 34</b>	
2.1.6. <b>Keunggulan Daya Saing Perusahaan (<i>Competitive Advantage</i>) .....</b>	<b>36</b>
2.1.7. <b><i>Marketshare</i> CASA Sebagai Keunggulan Daya Saing .....</b>	<b>39</b>
2.2. <b>Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>41</b>

2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		
3.1.	Definisi Operasional dan Daftar Pertanyaan .....	57
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	65
3.3.	Teknik Analisa Data .....	65
3.3.1.	Populasi dan Penetapan Narasumber Penelitian .....	65
3.3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.3.3.	Teknik Analisa Data.....	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		
4.1.	Karakteristik Narasumber.....	72
4.1.1.	Narasumber MFM .....	74
4.1.2.	Narasumber MPW.....	76
4.1.3.	Narasumber EH .....	77
4.1.4.	Narasumber KLF, HFG dan DF.....	78
4.2.	Hasil Penelitian.....	79
4.2.1.	Profiling Nasabah.....	79
4.2.2.	Personalisasi Pengalaman Nasabah .....	91
4.2.3.	Pengelolaan Umpan Balik Nasabah .....	100
4.2.4.	Implementasi dan Pengembangan Strategi .....	104
4.2.5.	Evaluasi dan Penyesuaian Strategi.....	115
4.2.6.	Implementasi Budaya Customer centricity .....	121
4.3.	Pembahasan Penelitian.....	129
4.3.1.	Tahapan Implementasi Strategi.....	130
4.3.2.	Hambatan-hambatan Implementasi Strategi.....	136
4.3.3.	Pengukuran Keberhasilan Implementasi Strategi.....	140

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>146</b>
<b>5.1. Kesimpulan .....</b>	<b>146</b>
<b>5.2. Implikasi Penelitian .....</b>	<b>152</b>
<b>5.2.1. Implikasi Teoritis .....</b>	<b>152</b>
<b>5.2.2. Implikasi Manajerial .....</b>	<b>153</b>
<b>5.3. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>155</b>
<b>5.4. Agenda Penelitian Mendatang .....</b>	<b>156</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>157</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>163</b>
<b>Lampiran 1. Transkrip Wawancara Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>163</b>
<b>Lampiran 2. Struktur Organisasi Regional Office BRI Jogjakarta .....</b>	<b>175</b>
<b>Lampiran 3. Curriculum Vitae .....</b>	<b>176</b>



**FEB UNDIP**