DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
SERTIFIKASI ..... **ii**
PENGESAHAN TESIS ..... **iii**
ABSTRACT ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang **1**
1.2 Rumusan Masalah **14**
1.3 Tujuan Penelitian **14**
1.4 Manfaat Penelitian **15**

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **17**
2.1 Konsep Pemasaran dalam Perbankan **17**
2.1.1 Promosi dan Iklan **17**
2.1.2 Program insentif dan loyalitas. **18**
2.1.3 Digital Banking dan Inovasi Teknologi **19**
2.1.4 Personal Selling dan Cross-Selling **19**
2.1.5 Edukasi dan Literasi Keuangan **19**
2.1.6 Kemitraan dan Sponsorship **20**
2.2 Undian Hadiah dan Gimmick sebagai Strategi Pemasaran **23**
2.3 Perilaku Nasabah dalam Menabung **25**

BAB III METODE PENELITIAN **26**
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian **26**
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian **27**
3.3 Subjek dan Informan Penelitian **27**
3.4 Teknik Pengumpulan Data **29**

3.5 Teknik Analisis Data 31
3.6 Keabsahan Data 34
3.7 Etika Penelitian 35
3.8 Anggaran Penelitian 35

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 36
4.1 Gambaran Umum Informan Penelitian 36
4.2 Hasil Analisis Grounded Theory 36
4.3 Pembahasan 45
4.4 Substantive Theory yang Dihasilkan 57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 59
5.1 Kesimpulan 59
5.2 Implikasi Teoretis 61
5.3 Implikasi Manajerial 61
5.4 Keterbatasan Penelitian 63
5.5 Saran 63

DAFTAR PUSTAKA 65
LAMPIRAN 67

UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
FEB UNDIP