

DAFTAR ISI

Tabel	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	<i>i</i>
LEMBAR KEASLIAN	<i>ii</i>
KATA PENGANTAR.....	<i>iii</i>
ABSTRAK.....	<i>vii</i>
ABSTRACT	<i>viii</i>
DAFTAR ISI	<i>ix</i>
DAFTAR TABEL.....	<i>xi</i>
DAFTAR GAMBAR	<i>xii</i>
BAB I PENDAHULUAN.....	<i>1</i>
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Manfaat Penelitian	12
1.3. Lingkup Penelitian	13
1.4.Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	<i>15</i>
2.1. Konsep Branding	15
2.2. <i>Branding</i>	16
2.3. Tahapan Branding melalui Model <i>Customer Based Brand Equity (CBBE)</i>	18
2.4 Penelitian Terdahulu	32
BAB III METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN.....	<i>38</i>

3.1. Desain Penelitian	38
3.2 Sumber dan Metode Pengumpulan Data.....	39
3.3 Metode Analisis Data.....	45
3.4. Profil Kasus PT. Bank Syariah Indonesia. Tbk.	46
<i>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</i>	<i>50</i>
4.1. Deskripsi Data (Profil Partisipan)	51
4.2. Pembahasan.....	65
4.3. Pembahasan Secara Keseluruhan.....	106
<i>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</i>	<i>117</i>
5.1. Kesimpulan	117
5.2. Implikasi	121
5.3. Keterbatasan.....	125
5.4. Saran	125
<i>DAFTAR PUSTAKA.....</i>	<i>127</i>
<i>LAMPIRAN.....</i>	<i>129</i>
Pedoman Wawancara	129
Pedoman Wawancara Bagi Responden	129
Pedoman Wawancara Bagi Narasumber Utama (Manajemen BSI).....	142

DAFTAR TABEL

Tabel.....	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Pertama	32
Tabel 2. 2 Penelitian Kedua	33
Tabel 2. 3 Penelitian Ketiga.....	34
Tabel 2. 4 Penelitian Keempat	35
Tabel 2. 5 Penelitian Kelima.....	36
Tabel 3. 1 Sumber dan Metode Pengambilan Data.....	39
Tabel 3. 2 Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 3. 3 Usia Responden	42
Tabel 3. 4 Pendidikan Terakhir Responden.....	42
Tabel 3. 5 Lama Bekerja Responden	43
Tabel 3. 6 Daftar Pertanyaan (Wawancara).....	45
Tabel 4. 1 Pedoman Kategorisasi Skor Tanggapan Responden.....	53
Tabel 4. 2 Pertanyaan umum tentang Bank Syariah	53
Tabel 4. 3 Pertanyaan tentang pengalaman dan pengetahuan Bank Syariah.....	55
Tabel 4. 4 Persentase Jawaban Responden Berdasarkan Model CBBE	57

DAFTAR GAMBAR

Tabel.....	Halaman
Gambar 1. 1 Aset Bank Syariah Terbesar di Dunia Berdasarkan Negara Tahun 2019.....	2
Gambar 1. 2 Sinergi BSI dengan Stakeholder	5
Gambar 1. 3 <i>Market Share</i> Perbankan Indonesia	6
Gambar 1. 4 Tweet Kekecewaan terhadap BSI	10
Gambar 2. 1 <i>Customer Based Brand Equity Pyramid</i>	21
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi <i>Corporate Communication Group</i>	49
Gambar 4. 1 Tampilan Website BSI dengan Menu Kebutuhan Nasabah.....	90
Gambar 4. 2 Penghargaan kepada BSI.....	94
Gambar 4. 3 Lomba Inovasi di Internal BSI (sumber: data Internal)	95
Gambar 4. 4 BSI sebagai sahabat finansial, sosial dan spiritual.....	98
Gambar 4. 5 Kehadiran Life with BSI di setiap Tahapan Kehidupan nasabah ...	100
Gambar 4. 6 Kegiatan “Nonton Bareng” Piala Dunia 2022	103
Gambar 4. 7 BSI Hadir di Setiap Tahapan Kehidupan Nasabah	104
Gambar 4. 8 <i>Campaign Engagement</i> BSI.....	105
Gambar 4. 9 Penghargaan kepada Direktur Utama BSI sebagai <i>Best CEO in Merger and Acquisition</i>	106