

## DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 <i>Branding</i> .....	14
2.1.2 Pemasaran dalam Industri Jasa.....	16
2.1.3 <i>Internal Branding</i> .....	18
2.1.4 Tahapan/Proses Penerapan <i>Internal Branding</i> .....	21
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu.....	29
BAB III METODA PENELITIAN.....	33
3.1 Desain Penelitian.....	33
3.2 Metoda Pengumpulan Data.....	34

3.2.1	Jenis dan Sumber Data.....	34
3.2.2	Langkah Pengumpulan Data.....	35
3.2.3	Waktu Pelaksanaan.....	36
3.2.4	Metoda Penyampelan ( <i>Sampling Method</i> ).....	37
3.3	Instrumen Penelitian.....	37
3.4	Metoda Analisis Data.....	38
3.5	Profil Perusahaan.....	39
3.5.1	<i>Nature of Business</i> Perusahaan.....	41
3.5.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	42
3.5.3	Nilai Inti Bank BRI.....	43
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1	Latar Belakang Penerapan <i>Internal Branding</i> di Bank BRI.....	48
4.1.1	Transformasi Brivolution.....	48
4.1.2	Alasan Bank BRI Melakukan <i>Internal Branding</i> .....	58
4.2	Proses/Tahapan <i>Internal Branding</i> Bank BRI.....	61
4.2.1	Perencanaan.....	61
4.2.2	Eksekusi.....	65
4.2.3	Evaluasi.....	71
4.3	Evaluasi Penerapan <i>Internal Branding</i> yang dilakukan Bank BRI.....	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	94
	DAFTAR PUSTAKA.....	96
	LAMPIRAN.....	99

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1	The Consolidated Internal Branding Framework (CIBF).....	25
Tabel 2.2	Kajian Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1	Daftar Pertanyaan Wawancara.....	38
Tabel 4.1	Internal Communication Plan Desk PMO Bagian Employee Engagement.....	67
Tabel 4.2	Internal Branding Framework Bank BRI.....	76
Tabel 4.3	Rangkuman Hasil Penelitian.....	86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pertumbuhan laba Bank BRI 2010 – 2016.....	2
Gambar 2.1	Tiga Tipe Pemasaran dalam Industri Jasa.....	17
Gambar 2.2	Siklus Pengalaman Makna Merek.....	23
Gambar 3.1	BRI Lima Nilai.....	43
Gambar 4.1	Gelombang Transformasi Bank BRI 2018 – 2022.....	49
Gambar 4.2	Lima Elemen Transformasi Bank BRI.....	51
Gambar 4.3	Kerangka Kerja Strategis.....	54
Gambar 4.4	Arsitektur Budaya Kerja Bank BRI.....	57
Gambar 4.5	Struktur Organisasi.....	63
Gambar 4.6	Tahap Peningkatan Keterikatan Pekerja Terhadap Transformasi Brivolution.....	66