

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LEMBAR KEASLIAN PENULISAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
1.6. Kerangka Penelitian.....	8
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN .....</b>	<b>9</b>
2.1. Kondisi Umum.....	9
2.1.1. Sejarah PT Bursa Efek Indonesia.....	9
2.1.2. Kampanye Yuk Nabung Saham .....	11
2.1.3. Logo Yuk Nabung Saham .....	12
2.1.4. Keadaan Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta.....	13
2.2. Studi Literature .....	14
2.2.1. Pengertian Tabungan.....	14
2.2.2. Pengertian Investasi.....	15
2.2.3. Pengertian Pasar Modal.....	15
2.2.4. Pengertian Saham .....	16
2.1.5. Pengertian Social Marketing .....	16
2.3. Keaslian Penelitian .....	20
2.4. Metodologi Penelitian.....	20
2.4.1. Teknik Analisis Data .....	20
2.4.2. Metode Sampling .....	21

2.5.	Jenis dan/atau Sumber Data .....	22
2.5.1.	Data Primer .....	22
2.5.2.	Data Sekunder .....	22
2.6.	Alat Ukur Efektivitas .....	23
2.7.	Pedoman Wawancara .....	24
<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>		<b>27</b>
3.1.	Analisis .....	27
3.1.1.	Analisis Kampanye Social Marketing Yuk Nabung Saham di Indonesia .....	27
3.1.2.	Profil Narasumber .....	28
3.2.	Pembahasan .....	30
3.2.1.	Bauran Pemasaran .....	30
3.2.2.	Strategi Pemasaran .....	37
3.2.3.	Tujuan Kampanye .....	40
3.2.4.	Program Kampanye .....	40
3.2.5.	Tingkat Keberhasilan Program Pemasaran .....	44
<b>BAB IV 51</b>		
<b>PENUTUP .....</b>		<b>51</b>
4.1	Kesimpulan .....	51
4.2	Saran .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Alat Ukur .....	23
Tabel 2.2. Pedoman Wawancara Bagi Perusahaan PT BEI .....	24
Tabel 2.3. Pedoman Wawancara Bagi Perusahaan PT Danareksa Sekuritas & Perwakilan Galeri Investasi DEB .....	25
Tabel 2.4. Pedoman Wawancara Bagi Investor Baru .....	25
Tabel 3.1 Data Jumlah Investor Per September 2015 .....	27
Tabel 3.2 Jumlah Investor Per Tahun 2016 .....	28
Tabel 3.3 Efektivitas Promosi menurut Investor Baru .....	36
Tabel 3.4 Pemahaman Target Pasar Terhadap Program Kampanye .....	45
Tabel 3.5 Kesukarelaan Target Pasar .....	46
Tabel 3.6 Pengaruh Program terhadap Keputusan Investasi .....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 2.1 Logo Yuk Nabung Saham.....	12