



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Efektivitas Social Marketing Kampanye Yuk Nabung Saham oleh PT Bursa Efek Indonesia dalam Menggaet Investor Baru (Studi Kasus Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta)**

DIAN SALMA N, Dra. Neni Pancawati, M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR ISI

LEMBAR KEASLIAN PENULISAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
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
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN .....	9
2.1. Kondisi Umum .....	9
2.2. Studi Literature .....	14
2.3. Keaslian Penelitian .....	20
2.4. Metodologi Penelitian .....	20
2.5. Jenis dan/atau Sumber Data.....	22
2.6. Alat Ukur Efektivitas.....	23
2.7. Pedoman Wawancara .....	24
BAB III PEMBAHASAN .....	27
3.1. Analisis .....	27
3.2. Pembahasan .....	30
BAB IV PENUTUP .....	51
4.1 Kesimpulan.....	51
4.2 Saran .....	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Efektivitas Social Marketing Kampanye Yuk Nabung Saham oleh PT Bursa Efek Indonesia dalam Menggaet**

**Investor Baru (Studi Kasus Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta)**

DIAN SALMA N, Dra. Neni Pancawati, M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## **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



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**Efektivitas Social Marketing Kampanye Yuk Nabung Saham oleh PT Bursa Efek Indonesia dalam Menggaet Investor Baru (Studi Kasus Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta)**

DIAN SALMA N, Dra. Neni Pancawati, M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2019 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## DAFTAR GAMBAR

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