

DAFTAR ISI

Tentang Penulis	iii
Pengantar oleh	
Direktur Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis Institut Pertanian Bogor (MB-IPB) dan Ketua Asosiasi Program Magister Manajemen Indonesia (APMMI)	v
Senior Lecturer in Marketing, Faculty of Business, Economics and Law La Trobe University, Australia.....	ix
Kata Pengantar	xi
Daftar Isi	xvii
BAB 1 PERKEMBANGAN SEKTOR JASA FINANSIAL	1
Pengantar	1
Perkembangan Sektor Jasa dalam Perekonomian Indonesia	1
Perkembangan Perbankan Indonesia Sebelum 1988	3
Perkembangan Perbankan Indonesia Pasca-Pakto 1988	6
Perbankan pada Masa Turmoil	11
Perkembangan Perbankan Pascakrisis Moneter	12
Tantangan Pemasaran Jasa Finansial.....	17
Rangkuman	21
Soal Diskusi	21
Referensi	22
BAB 2 PERILAKU KONSUMEN JASA FINANSIAL	25
Pengantar	25
Karakteristik Jasa Finansial dan Perilaku Konsumen	26
Kebutuhan Finansial	30
Model Pengambilan Keputusan Jasa Finansial	31
Pengaruh Budaya dalam Perilaku Konsumen Jasa Finansial.....	34
Rangkuman.....	46
Soal Diskusi	47
Referensi	47

BAB 3	SEGMENTASI PASAR JASA FINANSIAL	51
	Pengantar	51
	Segmentasi Pasar.....	51
	Model Segmentasi.....	53
	Basis Memilah Konsumen Jasa Finansial	55
	Segmentasi Geografis	56
	Segmentasi Demografis.....	57
	Segmentasi Geodemografis	63
	Segmentasi Psikografis atau Gaya Hidup	64
	Segmentasi Perilaku.....	65
	Segmentasi Jasa Finansial	72
	Rangkuman.....	76
	Soal Diskusi	76
	Referensi	77
Bab 4	TARGETING DAN POSITIONING JASA FINANSIAL	81
	Pengantar	81
	Anatomi Strategi Positioning	81
	Targeting	83
	Positioning.....	88
	Rangkuman.....	96
	Soal Diskusi	96
	Referensi	97
BAB 5	PENGEMBANGAN JASA FINANSIAL	99
	Pengantar	99
	Tantangan Pengembangan Jasa.....	100
	Merancang Konsep Jasa	101
	Paket Jasa.....	104
	Pengembangan Jasa Finansial Baru.....	107
	Proses Pengembangan Jasa Baru	115
	Faktor Keberhasilan Pengembangan Jasa Baru.....	121
	Rangkuman.....	123
	Soal Diskusi	123
	Referensi	124

BAB 6	SALURAN DISTRIBUSI JASA FINANSIAL	127
	Pengantar	127
	Distribusi Jasa.....	128
	Jenis Saluran Distribusi Finansial.....	129
	Saluran Distribusi Elektronik	132
	Model Saluran Distribusi Elektronik	136
	Rangkuman.....	141
	Soal Diskusi	141
	Referensi	142
BAB 7	PENETAPAN HARGA JASA.....	145
	Pengantar	145
	Definisi dan Ruang Lingkup Harga Jasa	146
	Pengetahuan Pelanggan Mengenai Harga Jasa.....	150
	Faktor-faktor yang Memengaruhi Harga Jasa.....	152
	Strategi Penetapan Harga Jasa.....	156
	Memaknai Nilai Jasa.....	159
	Strategi Harga Berbasis Nilai Pelanggan.....	160
	Pemaketan Harga (Price Bundling).....	164
	Rangkuman.....	172
	Soal Diskusi	172
	Referensi	173
BAB 8	KOMUNIKASI PEMASARAN JASA FINANSIAL	175
	Pengantar	175
	Pentingnya Komunikasi Pemasaran Terpadu	176
	Tantangan dalam Komunikasi Jasa.....	179
	Faktor yang Memengaruhi Promosi Jasa Finansial.....	190
	Strategi Bauran Promosi Jasa Finansial	193
	Rangkuman.....	197
	Soal Diskusi	197
	Referensi	198
BAB 9	KEGAGALAN JASA DAN STRATEGI PEMULIHAN	201
	Pengantar	201
	Ilustrasi Kegagalan Jasa	202
	Kegagalan Jasa	203
	Perilaku Keluhan.....	208
	Pemulihan Jasa	211

Garansi Jasa	217
Rangkuman.....	218
Soal Diskusi	218
Referensi	219

BAB 10 RELATIONSHIP MARKETING: MEMBANGUN HUBUNGAN

DENGAN PELANGGAN 223

Pengantar	223
Pemasaran Berbasis Hubungan	224
Manfaat Pemasaran Berbasis Hubungan.....	228
Proses Pengembangan Hubungan	231
Elemen Pemasaran Berbasis Hubungan	236
Rangkuman.....	239
Soal Diskusi	240
Referensi	240

BAB 11 CUSTOMER RETENTION DAN KESETIAAN PELANGGAN 243

Pengantar	243
Customer Retention	244
Motif Retention/Defection	246
Perilaku Perpindahan Pelanggan.....	247
Strategi Mempertahankan Pelanggan	251
Kesetiaan Pelanggan	257
Rangkuman.....	261
Soal Diskusi	262
Referensi	262

BAB 12 BUDAYA LAYANAN 265

Pengantar	265
Budaya Layanan	266
Legenda dalam Industri Jasa Layanan.....	272
Membangun Budaya Layanan.....	276
Rangkuman.....	284
Soal Diskusi	285
Referensi	285

INDEKS I-1