

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
1.4. Asumsi-Asumsi Penting	17
1.5. <i>Outline Tesis</i>	18
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1. Telaah Pustaka	20
2.1.1. Teori Perilaku Konsumen.....	20
2.1.2. <i>Theory Reason and Action</i>	22
2.1.3. <i>Theory Agency</i>	25
2.1.4. <i>Agency Banking</i> Dalam Perspektif Pemasaran.....	27
2.1.5. <i>Branchless Banking</i>	41
2.2. Penelitian Terdahulu	44
2.3. Pengembangan Model.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Jenis Penelitian	50
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	50
3.3.	Informan.....	51
3.4.	Operasionalisasi Variabel	53
3.5.	Metode Pengumpulan Data.....	55
3.6.	Teknik Analisis Data	56
3.7.	Simpulan Bab.....	57

BAB IV ANALISIS DATA

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian dan Data Deskriptif	58
4.1.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.1.2.	Data Deskriptif Identitas Informan	60
4.1.2.1.	Deskriptif Identitas Informan Kelompok Masyarakat	60
4.1.2.2.	Deskriptif Identitas Informan Kelompok Agen	65
4.1.2.3.	Deskriptif Identitas Informan Kelompok Manajemen	69
4.2.	Proses dan Hasil Analisis Data	72
4.2.1.	Proses Komputasi Data	72
4.2.2.	Hasil Analisis Data.....	75
4.2.2.1.	Analisis Persepsi Masyarakat Mengenai Keberadaan Agen Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	75
4.2.2.2.	Analisis Efektifitas Agen Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan Dalam Melakukan Pemasaran Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	94
4.2.2.3.	Analisis Berbagai Tantangan Yang Dihadapi Oleh Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	119
4.3.	Pembahasan	135

4.3.1.	Persepsi Masyarakat Mengenai Keberadaan Agen Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	135
4.3.2.	Efektifitas Agen Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan Dalam Melakukan Pemasaran Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	141
4.3.3.	Tantangan Yang Dihadapi Oleh Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	144
4.3.4	Strategi Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan dalam Konteks Pemasaran Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	146
4.4.	Simpulan Bab.....	148
4.4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	148
4.4.2.	Identitas Informan	149
4.4.3.	Persepsi Masyarakat Baik Yang Sudah Maupun Yang Belum Menggunakan Jas Agen Bank Mandiri Area Pahlawan Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	149
4.4.4.	Efektifitas Agen Bank Mandiri Area Pahlawan Dalam Melakukan Pemasaran Paska Pemberlakuan <i>Branchless Banking</i>	149
4.4.5.	Tantangan Yang Dihadapi oleh Bank Mandiri Area Pahlawan Pasca Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i> .	150
4.4.6	Strategi Bank Mandiri Area Semarang Pahlawan dalam Konteks Pemasaran Paska Pemberlakuan Program <i>Branchless Banking</i>	150
 BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN		
5.1.	Simpulan	151
5.2.	Implikasi Kebijakan	154

5.3.	Kontribusi Teoritis	156
5.4.	Keterbatasan Penelitian.....	158
5.5.	Agenda Penelitian yang Akan Datang	159
DAFTAR PUSTAKA		161
LAMPIRAN-LAMPIRAN		167