

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I - PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan dan Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II - DESKRIPSI PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah dan Misi PT. Bank Central Asia, Tbk	12
2.2 Aktivitas dan Perkembangan Usaha PT BCA Tbk	15
BAB III - KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	18
3.1 Kajian Pustaka	18
3.1.1 Model Sederhana Pengambilan Keputusan Konsumen	18
3.1.2 Motivasi Konsumen	21
3.1.3 Pemicu Berbagai Motivasi	22
3.1.4 Persepsi Konsumen	25
3.1.5 Strategi Pengubahan Sikap	27
3.1.6 Proses Adopsi	30
3.1.7 Tingkat Pengambilan Keputusan Konsumen	32
3.1.8 Model Keputusan : Empat Pandangan Mengenai Pengambilan Keputusan Konsumen	33
3.1.9 Dimensi Kualitas Jasa	36
3.1.10 <i>Service Marketing Strategy</i>	37
3.1.11 Perancangan Komunikasi Yang Persuasif	39
3.2 Kerangka Pemikiran	40
3.3 Hipotesis	43
BAB IV - OBJEK DAN METODE PENELITIAN	44
4.1 Objek Penelitian	44
4.2 Metode Penelitian	44

4.3	Populasi dan Sampel Penelitian	45
4.4	Definisi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
4.5	Pengukuran Variabel	48
4.6	Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	48
4.7	Metode Analisis Data	49
BAB V - HASIL DAN ANALISIS DATA		54
5.1	Karakteristik Responden	54
5.2	Uji Validitas Instrumen	56
5.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	60
5.3.1	Analisis Deskriptif Fungsi Manfaat (<i>Utilitarian</i>)	60
5.3.2	Analisis Deskriptif Fungsi Pembelaan Ego	61
5.3.3	Analisis Deskriptif Fungsi Pernyataan Nilai	63
5.3.4	Analisis Deskriptif Fungsi Pengetahuan	64
5.3.5	Analisis Deskriptif Preferensi Nasabah	66
5.4	Analisis Regresi	67
5.4.1	Uji Asumsi Klasik	67
5.4.2	Analisis Regresi Fungsi Manfaat (<i>Utilitarian</i>), Faktor Pembelaan Ego, Pernyataan Nilai, dan Pengetahuan secara simultan terhadap Preferensi Nasabah dalam menggunakan Mesin Setoran Tunai (<i>Cash Deposit Machine/CDM</i>).	71
5.5	Analisis Pengaruh Preferensi Nasabah untuk menggunakan Mesin Setoran Tunai (<i>Cash Deposit Machine/CDM</i>) dalam Perancangan Pesan dan Komunikasi Pemasaran	76
BAB VI - KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		84
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		130