

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.6. Lingkup Penelitian	12
1.7. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II. LANDASAN TEORI	14
2.1. Inklusi dan Literasi Keuangan.....	14
2.2. Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>)	21
2.2.1. Latar Belakang Kebijakan Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>).....	24
2.2.2. Model Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>)	25
2.2.3. Produk-produk Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>)	29
2.2.4. Fitur dan Layanan Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>)	31
2.2.5. Syarat Bank Menerapkan Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>).....	32
2.2.6. Syarat Menjadi Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>)	32
2.3. Perilaku Konsumen	34

2.4. Motivasi.....	36
2.5. Hubungan Motivasi dengan Keputusan Pembelian	39
2.6. Keputusan Pembelian Konsumen.....	41
2.7. Jenis Pengambilan Keputusan oleh Konsumen.....	43
2.8. Pihak-pihak yang Terlibat dalam Pengambilan Keputusan	46
2.9. Proses Keputusan Pembelian	46
2.10. Kajian Penelitian Terdahulu	51
BAB III. METODE PENELITIAN DAN PROFIL PERUSAHAAN.....	59
3.1. Desain Penelitian.....	59
3.2. Metode Penelitian.....	62
3.2.1. Jenis Data dan Pengumpulan Data.....	62
3.2.2. Teknik Pengambilan Sampel	63
3.2.3. Teknik Analisa Data	64
3.2.4. Daftar Kuesioner.....	66
3.2.5. Waktu dan Lokasi Penelitian	66
3.3. Profil Bank Mandiri Area Maluku	66
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1. Profil Narasumber	69
4.2. Analisis Data dan Pembahasan	70
4.2.1. Informasi Keberadaan dan Pengetahuan tentang Agen Laku Pandai (<i>Branchless Banking Agent</i>)	70
4.2.2. Sumber Informasi Mandiri Agen.....	79
4.2.3. Sumber Informasi yang Paling Mempengaruhi Konsumen untuk Bertransaksi di Mandiri Agen.....	86
4.2.4. Fitur dan Layanan Transaksi di Mandiri Agen.....	90
4.2.5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Bertransaksi Melalui Mandiri Agen.....	100
4.2.6. Kesiediaan Memberikan Referensi Mandiri Agen	127
BAB V. SIMPULAN	130
5.1. Simpulan.....	130
5.2. Implikasi.....	131



5.3. Keterbatasan Penelitian	132
5.4. Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN.....	138