

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fenomena Gap.....	14
1.3. Perumusan Masalah.....	17
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	18
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 19
2.1. Wealth Management Pilar II – Growth and Accumulation.....	19
2.2. Key Performance Indicator (KPI) dari Wealth Management.....	20
2.3. Assets Under Management.....	21
2.4. Fee Based Income	22
2.5. Service Value	24
2.6. Image/Brand Equity	25
2.7. Product Quality	25
2.8. Wealth management	26
2.9. Penelitian Terdahulu	28
2.10. Posisi Penelitian Dibanding Penelitian Terdahulu	45
2.11. Model Penelitian	46
2.12. Kerangka Konseptual	48

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1. Jenis dan Sumber Data Kuantitatif.....	49
3.2. Populasi dan Sampel Kuantitatif.....	49
3.3. Variabel Penelitian Kuantitatif.....	51
3.4. Metode Pengumpulan Data Kuantitatif.....	52
3.5. Teknik Analisis Data.....	53
3.5.1 Proses Analisis Data Kuantitatif Hirarki (Analytical Hierarchy Process).....	53
3.5.2 Penerapan Analytical Hierarchy Process	59
3.6. Jenis dan Sumber Data Kualitatif.....	60
3.7. Populasi dan Sampel Kualitatif.....	60
3.8. Variabel Penelitian Kualitatif.....	60
3.9. Metode Pengumpulan Data Kualitatif.....	61
3.10. Analisis Data Kualitatif.....	62
3.11. Proses Analisis Data Kualitatif	62
3.12. Analisis Data hasil Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif	63
BAB IV ANALISIS DATA	64
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian Data Kuantitatif.....	64
4.1.1. Data Kuantitatif.....	64
4.1.2. Jenis Kelamin dan Usia Responden	64
4.1.3. Pendidikan Responden.....	66
4.1.4. Latar Belakang Keuangan, Jumlah Investasi dan Pendapatan Tahunan.....	67
4.2. Proses dan Hasil Analisis Kuantitatif.....	68
4.2.1. Alur AHP	68
4.2.2. Validasi Hasil Analisis AHP (Analytical Hierarchy Process)	69
4.2.3. Analisis Hirarki	69
4.2.4. Analisis Kriteria (Image, Product, Service Quality)	71
4.2.5. Analisis Sub-kriteria Image.....	72
4.2.6. Analisis Sub-kriteria Products.....	73
4.2.7. Analisis Sub-kriteria Service Quality.....	73
4.2.8. Analisis AHP multi responden dengan aplikasi Expert Choice	74
4.2.9. Perhitungan Nilai AHP dengan Expert Choice 11.....	74
4.3. Hasil Analisis Data Kuantitatif	77
4.4. Gambaran Umum Subject Penelitian Kualitatif.....	86

4.4.1.	Populasi	86
4.4.2.	Sampel.....	87
4.4.3.	Narasumber	87
4.4.4.	Teknik Sampling	87
4.4.5.	Teknik Pengumpulan Data	88
4.4.6.	Proses Analisis Data.....	88
4.5.	Analisis Kualitatif	88
4.6.	Analisis Tanggapan Narasumber mengenai Kinerja	89
4.7.	Analisis Tanggapan Narasumber mengenai Kriteria Image.....	91
4.8.	Analisis Tanggapan Narasumber mengenai Kriteria Products.....	92
4.9.	Analisis Tanggapan Narasumber mengenai Kriteria Service Quality..	94
4.10.	Hasil Penelitian Mix Method	96
BAB V	SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN	103
5.1.	Simpulan.....	103
5.2.	Implikasi Teoritis	105
5.3.	Implikasi Manajerial	107
5.4.	Keterbatasan Penelitian	108
5.5.	Agenda Penelitian Mendatang.....	108
DAFTAR PUSTAKA		110
LAMPIRAN.....		114