

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Sertifikasi	ii
Halaman Pengesahan Tesis	iii
<i>Abstract</i>	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

2.1 Telaah Pustaka	6
2.1.1 Gen Y / Milenial	6
2.1.2 Keputusan Pembelian	7
2.1.2.1 Teori Kebutuhan & Motivasi manusia	8
2.1.2.2 Model pemicu kebutuhan	14
2.1.2.3 Kebutuhan Laten	16
2.1.2.4 Kebutuhan yang Diakui	18
2.1.2.5 Kebutuhan Aktif	18

2.1.3 Pengambilan Keputusan Konsumen	19
2.1.3.1 Alur proses pengambilan keputusan	23
2.1.4 Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan generasi milenial	24
2.1.4.1 Pengambilan keputusan Etis.....	24
2.1.4.2 Dorongan pribadi atau sosial	26
2.1.4.3 Pengaruh Budaya	27
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Populasi dan sampel/ Peserta.....	35
3.2.1. Pengumpulan data.....	38
3.2.2. Analisis data	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum BCA Prioritas	40
4.2 Data Informan	43
4.3 Pemahaman Informan Mengenai Produk dan Fasilitas BCA Prioritas	48
4.4 Analisa Keputusan Pembelian	53
4.4.1. Faktor Kebutuhan dan Motivasi	55
4.4.1.1. Kemudahan Dalam Bertransaksi.....	56
4.4.1.2. Layanan Khusus (<i>Privilege</i>)	59
4.4.1.3. <i>Pricing Special</i> Prioritas.....	61
4.4.1.4. Solusi Finansial	63
4.4.2. Faktor Pemicu Kebutuhan.....	65
4.4.2.1. Jaringan Nasabah	65
4.4.2.2. <i>Pride</i>	68
4.4.2.3. <i>Knowledge Improvement</i>	71
4.4.3 Faktor Dominan Dalam Keputusan Milenial	74
4.4.3.1. Informasi dari BCA.....	74

4.4.3.2. Informasi Eksternal	75
4.4.3.3. Faktor Orang Tua	77
4.5 Pembahasan	82

BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Simpulan	88
5.2. Implikasi Manajerial	90
5.3. Keterbatasan Penelitian	93
5.4. Agenda Penelitian Mendatang	93

DAFTAR PUSTAKA	94
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	98
-----------------------	-----------

