

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Tinjauan Teori	10
2.1.1. Pemasaran Relasional.....	10
2.1.1.1.Karakteristik-karakteristik pemasaran relasional.....	13
2.1.1.2.Tujuan Pemasaran Relasional	15
2.1.1.3.Dimensi Pemasaran Relasional.....	16
2.1.2. Kepuasan Nasabah	20
2.1.2.1.Manfaat kepuasan pelanggan.....	23
2.1.2.2.Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	25
2.1.2.3.Indikator Kepuasan Nasabah	26
2.1.3. Loyalitas Nasabah	27
2.1.3.1.Karakteristik Loyalitas Konsumen	28
2.1.3.2.Manfaat Loyalitas Konsumen.....	29

2.1.3.3.Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas konsumen	30
2.1.3.4.Keuntungan-keuntungan Konsumen Yang Loyal	32
2.1.3.5.Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen.....	32
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	34
2.3. Hubungan Antar Variabel	37
2.4. Hipotesis	39
2.5. Model Penelitian.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 41

3.1. Desain Riset.....	41
3.2. Jenis dan Sumber Data	42
3.2.1. Jenis Data.....	42
3.2.2. Sumber Data	43
3.3. Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1. Populasi	43
3.3.2. Sampel	44
3.4. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	46
3.5. Teknik Analisis Data	48
3.5.1. Uji Intrumen.....	48
3.5.2. Uji Hipotesis	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 54

4.1. Karakteristik Responden.....	54
4.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.2. Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.1.3. Responden Berdasarkan Pendidikan	56
4.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2. Hasil Analisis Data	58
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	58
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.3. Analisis Jalur.....	64
4.3.1. Analisis Jalur I.....	65
4.3.2. Analisis Jalur II	67
4.3.3. Analisis Gabungan Jalur I dan II.....	71
4.4. Pembahasan.....	72
4.4.1. Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah	72
4.4.2. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah	73
4.4.3. Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah	74
4.5. Keterbatasan Penelitian.....	75

4.6.	Implikasi Hasil Penelitian	76
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1.	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83