

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Perumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1.Loyalitas Nasabah	10
2.1.1 Dimensi Loyalitas	11
2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	11
2.1.3 Pengukuran Loyalitas	12
2.1.4 Manfaat Loyalitas	12
2.2 Kepuasan Nasabah	13
2.2.1 Dimensi Kepuasan	14
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	15
2.2.3 Mengukur Kepuasan	16
2.3 Kualitas Pelayanan	17
2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	17
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	19
2.4 Citra Merek	20
2.4.1 Dimensi Citra Merek	21
2.4.2 Mengukur Citra Merek	21
2.4.3 Manfaat Citra Merek	22
2.4.4 Komponen Citra Merek	22

2.5 Penelitian Terdahulu	23
2.6 Hubungan Antar Variabel.....	29
2.6.1 Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.....	29
2.6.2 Hubungan antara Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah	29
2.6.3 Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.....	30
2.6.4 Hubungan antara Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah	30
2.6.5 Hubungan antara Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.....	30
2.6.6 Hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	31
2.6.7 Hubungan antara Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	31
2.7 Hipotesis	32
2.8 Model Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Riset	33
3.2 Jenis Sumber Data	33
3.2.1 Jenis Data	33
3.2.2 Sumber Data.....	33
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4 Unit Analisis	35
3.5 Definisi Operasional Variabel	35
3.5.1 Variabel Independen	36
3.5.1.1 Kualitas pelayanan	36
3.5.1.2 Citra Merek.....	36
3.5.2 Variabel Dependen.....	36
3.5.2.1 Loyalitas Nasabah	36
3.5.2.2 Kepuasan Nasabah.....	37
3.6 Teknik Analisis Data	40
3.6.1 Uji Validitas	41
3.6.2 Uji Reabilitas	41
3.6.3 Analisis Jalur (<i>path analisi</i>).....	42
3.6.4 Uji t (Uji parsial).....	45
3.6.5 Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Karakteristik Responden.....	46

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.2.1 Uji Validitas	52
4.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.3 Analisis Deskriptif Penelitian	55
4.4 Analisis Jalur (<i>path analysis</i>).....	62
4.4.1 Analisis Jalur tahap 1	62
4.4.2 Analisis Jalur tahap 2	64
4.4.3 Analisis Jalur Gabungan tahap 1 dan 2	68
4.4.3.1 Pengaruh langsung, Pengaruh tidak langsung, dan Pengaruh total antara Variabel pada analisis Jalur gabungan	68
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Pembahasan hasil Penelitian.....	71
5.1.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah ...	71
5.1.2 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah.....	72
5.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah	73
5.1.4 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepuasan Nasabah.....	74
5.1.5 Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah	75
5.1.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	76
5.1.7 Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	77
5.2 Temuan Penelitian	78
5.3 Keterbatasan Penelitian	78
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran	80
6.3 Implikasi Penelitian	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	86