

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	5
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	5
1.2.2. Pembatasan Masalah	6
1.3. Rumusan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Tinjauan Teori	8
2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.1.2. Pengertian Pemasaran Relasional	9
2.1.3. Pengertian Kepuasan Konsumen	11
2.1.4. Pengertian Kepercayaan Konsumen	13
2.1.5. Pengertian Loyalitas Konsumen	14
2.2. Hasil Penelitian sebelumnya	16
2.3. Hubungan Antar Variabel	18

2.3.1. Hubungan Antara Pemasaran Relasional dan Kepuasan Konsumen.....	18
2.3.2. Hubungan Antara Pemasaran Relasional dan Loyalitas Konsumen.....	19
2.3.3. Hubungan Antara Pemasaran Relasional dan Kepercayaan Konsumen	20
2.3.4. Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.....	21
2.3.5. Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.....	22
2.4. Hipotesis.....	23
2.5. Model Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Desain Riset.....	25
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	26
3.2.1. Jenis Data.....	26
3.2.2. Sumber Data	26
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	27
3.3.1. Populasi	27
3.3.2. Sampel	27
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.4. Unit Analisis.....	28
3.5. Definisi Operasional Variabel	29
3.5.1. Definisi Variabel	30
3.5.2. Tabel Definisi Operasional Variabel.....	31
3.6. Teknik Analisis Data.....	34
3.6.1. Uji Kualitas Data.....	34
3.6.2. Analisis Deskriptif ANOVA (<i>One Way</i>).....	36
3.6.3. <i>Strucural Equation Modeling (SEM)</i>	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	46

4.1.1. Karakteristik Responden	46
4.1.2. Karakteristik Responden	54
4.1.3. Uji Reliabilitas	57
4.1.4. Analisis Hasil Penelitian dengan Uji ANOVA (One Way)	58
4.1.5. Analisis Hasil Penelitian Dengan <i>Structural</i> <i>Equation Model</i> (SEM).....	60
4.2. Pembahasan	72
4.2.1. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 1	73
4.2.2. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 2	75
4.2.3. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 3	75
4.2.4. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 4	76
4.2.5. Analisis Hasil Pengujian Hipotesis 5	77
4.3. Temuan Penelitian	78
4.4. Keterbatasan Penelitian	78
BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN	
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran.....	81
5.3. Implikasi Manajerial	82
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN	86