

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I     PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	9
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2. Pembatasan Masalah .....	9
1.3. Perumusan Masalah .....	10
1.4. Tujuan Penelitian .....	11
1.5. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b> .....	13
2.1. <i>Relationship Marketing</i> .....	13
2.1.1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	13
2.1.2. Manfaat <i>Relationship Marketing</i> .....	14
2.1.3. Konsep <i>Relationship Marketing</i> .....	16
2.1.4. Strategi <i>Relationship Marketing</i> .....	17
2.1.5. Dimensi <i>Relationship Marketing</i> .....	19
2.1.5.1. <i>Trust</i> (Kepercayaan).....	20
2.1.5.2. <i>Komitmen</i> .....	21
2.1.5.3. <i>Communication</i> (Komunikasi) .....	21
2.1.5.4. <i>Penanganan Konflik</i> .....	22
2.2. <i>Brand Image</i> .....	23
2.2.1. Pengertian <i>Brand Image</i> .....	23
2.2.2. Komponen <i>Brand Image</i> .....	24
2.2.3. Dimensi <i>Brand Image</i> .....	26

2.3. Kepuasan Pelanggan .....	28
2.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	28
2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	29
2.3.3. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	31
2.3.4. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.4. Loyalitas Pelanggan .....	34
2.4.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	34
2.4.2. Keuntungan Loyalitas Pelanggan.....	35
2.4.3. Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	36
2.4.4. Kategori Loyalitas Pelanggan .....	37
2.4.5. Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	39
2.4.6. Mengukur Loyalitas Pelanggan.....	41
2.4.7. Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	42
2.5. Penelitian Terahulu .....	43
2.6. Hubungan antar Variabel .....	45
2.7. Hipotesis.....	50
2.8. Model Penelitian .....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>53</b>
3.1. Desain Riset .....	53
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	56
3.2.1. Jenis Data .....	56
3.2.2. Sumber Data.....	56
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	57
3.3.1. Populasi .....	57
3.3.2. Sampel .....	57
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	58
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	59
3.4.1. Kuesioner .....	59
3.5. Unit Analisis.....	60
3.5.1. Uji Validitas .....	60
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	61
3.5.3. Analisis Jalur (path analysis) .....	62
3.5.4. Koefisien Determinasi.....	66
3.6. Definisi Operasional Variabel.....	67
3.6.1. Definisi Variabel .....	67
3.6.2. Operasional Variabel.....	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	74
4.2. Hasil Uji Validitas .....	80
4.2.1. Hasil Uji Validitas <i>Relationship Marketing</i> .....	81
4.2.2. Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	82
4.2.3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	82

4.2.4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	83
4.3. Hasil Uji Reliabilitas .....	84
4.3.1. Hasil Uji Reliabilitas <i>Relationship Marketing</i> .....	84
4.3.2. Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> .....	85
4.3.3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan.....	85
4.3.4. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	86
4.4. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	86
4.5. Pembahasan Hasil Penelitian .....	100
4.6. Temuan Penelitian .....	108
4.7. Keterbatasan Penelitian .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>110</b>
5.1. Kesimpulan .....	110
5.2. Implikasi .....	113
5.3. Saran .....	114
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>117</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>120</b>