

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Perumusan Masalah.....	6
1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.6 Kegunaan Penelitian	7
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori dan Konsep.....	10
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran Jasa.....	11
2.1.2.1 Produk	13
2.1.2.2 Promosi	15

2.1.2.3 <i>People</i>	17
2.1.2.4 <i>Physical Evidience</i>	18
2.1.2.5 Proses	19
2.1.3 Kualitas Layanan	20
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Layanan	20
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Layanan	22
2.1.3.3 Kesenjangan Kualitas Layanan	23
2.1.3.4 Faktor-Faktor Hambatan Layanan	24
2.1.4 Kepercayaan	25
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Layanan	25
2.1.4.2 Indikator Kepercayaan	26
2.1.4.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan.....	27
2.1.4.4 Manfaat Kepercayaan.....	27
2.1.5 Loyalitas Nasabah	29
2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Nasabah	29
2.1.5.2 Tahapan Menjadi Pelanggan Yang Loyal	30
2.1.5.3 Indikator Loyalitas	31
2.1.5.4 Cara Mempertahankan Loyalitas	32
2.1.6 Penelitian Terlebih Dahulu	34
2.1.2.1 Kajian Empiris	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	36
2.2.1 Hubungan Kualitas Terhadap Loyalitas.....	38
2.2.2 Hubungan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah	38
2.3 Paradigma Penelitian	38
2.4 Hipotesis	39

BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Objek dan Subjek Penelitian.....	40
3.1.1 Objek Penelitian.....	40
3.1.2 Subjek Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian	40
3.2.1 Metode Penelitian	42
3.3 Operasional Variabel Penelitian	43
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
3.4.1 Populasi.....	47
3.4.2 Sampel.....	47
3.5 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.5.1 Sumber Data.....	48
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	49
3.6 Instrumen Penelitian	51
3.6.1 Pengertian Instrumen Penelitian	51
3.6.2 Skala Pengukuran Instrumen Penelitian	52
3.6.3 Transformasi Data Menggunakan <i>Method of Successive Interval</i>	53
3.6.4 Uji Validitas	54
3.6.5 Uji Reabilitas	55
3.7 Tenknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	56
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	56
3.7.2 Uji Normalis Data	58
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.3.1 Uji Multikolinieritas.....	59
3.7.3.2 Uji Heterokesdatisitas Berganda	60

3.7.4 Metode Analisis	60
3.7.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.7.4.2 Uji R.....	61
3.7.4.3 Uji Koefien Determinasi	63
3.7.5 Uji Regresi Secara Simultan Uji F.....	64
3.7.6 Uji Regresi Parsial	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Hasil penelitian	69
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	69
4.1.2 Hasil Uji Kualitas Instrumen Penelitian	75
4.1.2.1 Hasil Pengujian Validitas	75
4.1.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	77
4.1.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	78
4.1.3.1 Variabel Kualitas Layanan (X1)	79
4.1.3.2 Variabel Kepercayaan (X2)	83
4.1.3.3 Variabel Loyalitas Nasabah (Y)	85
4.1.4 Hasil Uji Normalis	85
4.1.5 Hasil Uji Heteroskedesititas	88
4.1.6 Hasil Uji Multikolonieritas	89
4.1.7 Metode Analisis Data	90
4.1.7.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	90
4.1.7.2 Hasil Uji Koefisien Korelasi (Uji R).....	92
4.1.7.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	93

4.1.8 Hasil Pengujian Hipotesis	94
4.1.8.1 Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)	94
4.1.8.2 Uji Regresi Secara Parsial (UJI t)	96
4.1.8.2.1 Hasil Pengaruh Kualitas Layanan (X_1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	96
4.1.8.2.2 Hasil Uji Pengaruh Kepercayaan (X_2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	98
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Simpulan	100
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	