

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah	21
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	21
1.2.2 Rumusan Masalah.....	22
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	23
1.3.1 Maksud Penelitian.....	23
1.3.2 Tujuan Penelitian	23
1.4 Kegunaan Penelitian.....	24
1.4.1 Kegunaan Praktis	24
1.4.2 Kegunaan Akademi.....	24
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	25
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	25

1.5.2 Waktu Penelitian.....	25
BAB II.....	26
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	26
2.1 KAJIAN PUSTAKA	26
2.1.1 <i>Self Service Technology</i>	26
2.1.2 <i>Service Quality</i>	31
2.1.2.2 Indikator <i>Service Quality</i>	33
2.1.3 <i>Relationship Marketing</i>	34
2.1.3.2 Indikator <i>Relationship Marketing</i>	37
2.1.4 Loyalitas Nasabah.....	38
2.1.4.2 Indikator Loyalitas Nasabah	41
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu	42
2.3 KERANGKA PEMIKIRAN	48
2.3.1 Keterkaitan antara <i>Self Service Technology</i> terhadap Loyalitas Nasabah	49
2.3.2 Keterkaitan antara <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas Nasabah.....	50
2.3.3 Keterkaitan antara <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Nasabah	50
2.3.4 Keterkaitan antara <i>Self Service Technology</i> , <i>Service Quality</i> dan	

<i>Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah</i>	50
2.4 Paradigma Penelitian.....	52
2.5 Hipotesis Penelitian.....	53
BAB III.....	54
OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	54
3.1 Objek Penelitian	54
3.2 Metode Penelitian.....	55
3.2.1 Desain Penelitian	56
3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	59
3.2.3. Teknik Penentuan Data.....	64
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.2.5 Uji Validitas.....	67
3.2.6 Uji Reliabilitas	69
3.3 Metode Pengujian Data.....	70
3.3.1 Metode Analisis Data.....	70
3.3.2 Pengujian Hipotesis	76
BAB IV	79
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	79
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	79
4.1.1 Penjelasan Singkat Bank Rakyat Indonesia KC Setiabudi Bandung	79
4.1.2 Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia KC Setiabudi Bandung	80
4.2 Pembahasan Penelitian.....	87

4.2.1	Karakteristik Responden	88
4.3	Analisis Deskriptif	94
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Self Service Technology</i>	95
4.3.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Fungsional	96
4.3.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Kenikmatan.....	99
4.3.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Keamanan/Privasi.....	100
4.3.1.4	Tanggapan Responden Mengenai Desain	102
4.3.1.5	Tanggapan Responden Mengenai Jaminan.....	104
4.3.1.6	Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan	106
4.3.1.7	Tanggapan Responden Mengenai Kustomisasi	108
4.3.2	Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	111
4.3.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Berwujud	111
4.3.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Keandalan	113
4.3.2.3	Tanggapan Responden Mengenai Ketanggapan	115
4.3.2.4	Tanggapan Responden Mengenai Jaminan dan Kepastian	117
4.3.2.5	Tanggapan Responden Mengenai Empati.....	118
4.3.3	Analisis Deskriptif <i>Relationship Marketing</i>	122
4.3.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan	122
4.3.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Komunikasi.....	124
4.3.3.3	Tanggapan Responden Mengenai Komitmen	126
4.3.3.4	Tanggapan Responden Mengenai Penanganan Konflik	128
4.3.4	Analisis Deskriptif Loyalitas Nasabah	131

4.3.4.1	Tanggapan Responden Mengenai Berulang.....	131
4.3.4.2	Tanggapan Responden Mengenai Retensi	133
4.3.4.3	Tanggapan Responden Mengenai Referensi.....	136
4.4	Analisis Verifikatif.....	139
4.4.1	<i>Outer Model</i> (Model Pengukuran).....	139
4.4.1.1	Convergent Validity	140
4.4.1.2	Average Variance Extracted (AVE).....	142
4.4.1.3	Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha.....	143
4.4.2	<i>Inner Model</i> (Model Struktural)	144
4.4.2.1	R-Square.....	145
4.4.2.2	Original Sample (<i>Path Coefficient</i>), T-Statistics, dan P-Values ..	146
4.4.2.3	Uji Hipotesis.....	148
BAB V	155
KESIMPULAN DAN SARAN	155
5.1	Kesimpulan	155
5.2	Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	160
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	200