DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**

PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**

MOTO ..... **iii**

ABSTRACT ..... **iv**

ABSTRAK ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

DAFTAR TABEL ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I **1**

PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah 13

1.2.1 Identifikasi masalah 13

1.2.2 Rumusan masalah 14

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 14

1.3.1 Maksud Penelitian 14

1.3.2 Tujuan Penelitian 15

1.4 Kegunaan Penelitian 15

1.4.1 kegunaan Praktis 16

1.4.2 Kegunaan Akademis 16

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 18

1.5.1 Lokasi Penelitian..... 18

1.5.2 Waktu Penelitian..... 18

BAB II 19

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPTOTESIS 19

2.1 Kajian Pustaka..... 19

2.1.1 Jasa 19

2.1.1.1 Karakteristik Jasa..... 20

2.1.1.2 Klasifikasi Jasa 22

2.1.2 Pengertian Kualitas Pelayanan..... 23

2.1.2.1 Dimensi *Service Quality* (SERVQUAL) 26

2.1.3 Pemasaran Relasional..... 27

2.1.3.1 Definisi dan Tujuan Pemasaran Relasional 27

2.1.3.2 Dimensi Pemasaran Relasional 29

2.1.4 Kepuasan Pelanggan 30

2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan 30

2.1.4.2 Mengukur Kepuasan Konsumen 31

2.1.5 Loyalitas Pelanggan 34

2.1.5.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan 35

2.1.5.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan 37

2.1.5.3 Tahap pertumbuhan loyalitas pelanggan 38

2.1.5.4 Menjaga Loyalitas Pelanggan 39

2.1.6 Penelitian Terdahulu 41

2.1.7 Keterkaitan antar variabel..... 47

2.1.7.1 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Loyslitas Nasabah..... 47

2.1.7.2 Hubungan pemasaran Relasional dan Loyalitas Nasabah 48

2.1.7.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dan Pemasanan Relasional Dengan Loyalitas Nasabah 49

2.2 Kerangka Pemikiran 51

2.3 Hipotesis 55

BAB III 58

OBJEK DAN METODE PENELITIAN 58

3.1 Objek Penelitian 58

3.2 Metode Penelitian 59

3.2.1 Desain Penelitian 60

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 63

3.2.3 Sumber Dan Tenik Penentuan Data 66

3.2.3.1 Sumber Data 66

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 67

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 68

3.2.4.1 Uji Validitas 70

3.2.4.1.1 Hasil Pengujian Validitas 71

3.2.4.2 Uji Reliabilitas..... 73

3.2.4.2.1 Hasil Pengujian Reliabilitas..... 75

3.2.4.3 Uji MSI (data ordinal ke interval) 75

3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis..... 76

3.2.5.1 Rancangan Analisis 76

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 88

BAB IV 93

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 93

4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 93

4.1.1 Sejarah Perusahaan 93

4.1.2 Struktur Organisasi 102

4.1.3 Deskripsi Jabatan 103

4.2 Hasil Penelitian 105

4.2.1 Karakteristik Responden 105

4.2.1.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 106

4.2.1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia..... 106

4.2.1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan 107

4.2.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden 108

4.2.2.1 Analisis Deskriptif Kualitas pelayanan..... 108

4.2.3 Analisis Deskriptif Pemasaran Relasional..... 116

4.2.3.1 Analisis Deskriptif Loyalitas Nasabah 121

4.2.4 Importance Performance Analysis 126

4.2.5 Analisis Faktor 129

4.2.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pemasaran Relasional dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah..... 131

4.2.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Pemasaran Relasional 133

4.2.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah..... 141

BAB V..... 153

KESIMPULAN DAN SARAN..... 153

5.1 Kesimpulan 153

5.2 Saran 154

DAFTAR PUSTAKA..... 157

KUESIONER PENELITIAN 159

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP