

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Batasan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 <i>Relationship Marketing</i>	13
a) <i>Relationship Marketing Inputs</i>	15
1) Understanding Customer Expectation	15
2) Building Service Partnership	16
3) Total Quality Management	16
4) Empowering Employees	17
b) <i>Relationship Marketing Outcomes</i>	18
1) Loyalitas Nasabah.....	18
a) Dimensi Loyalitas Nasabah	22
2) Kepuasan Nasabah.....	26
a) Dimensi Kepuasan Nasabah.....	31
2.2 Hubungan Antar Variabel	35
2.2.1 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dengan Kepuasan Nasabah	35
2.2.2 Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dengan Loyalitas Nasabah	36
2.2.3 Hubungan Kepuasan Nasabah dengan Loyalitas Nasabah	38

2.3 Hipotesis Penelitian.....	39
2.4 Model Empirik Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis dan Lokasi Penelitian	41
3.2 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel.....	42
3.3 Variabel dan Indikator.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1 Kuestioner	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	46
3.5.1 Uji Instrumen	46
3.5.1.1. Uji Validitas	46
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.5.2.Uji Asumsi Klasik	47
3.5.2.1.Normalitas	47
3.5.2.2 Heterokedastisitas	47
3.5.2.3 Multikolinieritas.....	48
3.5.3 Uji Path.....	49
3.5.4 Uji Hipotesis.....	52
BAB 1V HASIL dan PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Responden	53
4.1.1 Jenis Kelamin Responden	53
4.1.2 Usia Responden.....	54
4.1.3 Pendidikan Responden.....	55
4.1.4 Profesi Responden.....	56
4.1.5 Pendapatan Responden.....	56
4.1.6 Rentang Waktu Menjadi Nasabah.....	57
4.1.7 Nasabah Yang Memiliki Rek di Bank Lain	58
4.2 Analisis Kualitatif	59
4.2.1 Variabel <i>Understanding Customer Expectation</i>	60
4.2.2 Variabel <i>Building Service Partnership</i>	62
4.2.3 Variabel <i>Total Quality Management</i>	64
4.2.4 Variabel <i>Empowering Employees</i>	66
4.2.5 Variabel Kepuasan Nasabah	68
4.2.6 Variabel Loyalitas Nasabah.....	70
4.3 Analisis Kuantitatif	72
4.3.1 Uji Validitas	72

4.3.2 Uji Realibilitas	73
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.3.3.1 Uji Normalitas	74
4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	76
4.3.3.3 Uji Heterokedastisitas	78
4.3.4 Uji Path Analysis.....	79
4.3.5 Uji Hipotesis - Uji t.....	86
4.3.6 Uji Hipotesis - Uji f.....	93
4.3.7 Koefisien Determinasi.....	96
4.4 Pembahasan.....	97
4.4.1 Pengaruh <i>Understanding Customer Expectation</i> terhadap Kepuasan Nasabah	97
4.4.2 Pengaruh <i>Building Service Partnership</i> terhadap Kepuasan Nasabah	99
4.4.3 Pengaruh <i>Total Quality Management</i> terhadap Kepuasan Nasabah	100
4.4.4 Pengaruh <i>Empowering Employees</i> terhadap Kepuasan Nasabah	101
4.4.5 Pengaruh <i>Understanding Customer Expectation</i> terhadap Loyalitas Nasabah	102
4.4.6 Pengaruh <i>Building Service Partnership</i> terhadap Loyalitas Nasabah	104
4.4.7 Pengaruh <i>Total Quality Management</i> terhadap Loyalitas Nasabah	105
4.4.8 Pengaruh <i>Empowering Employees</i> terhadap Loyalitas Nasabah	106
4.4.9 Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah	107
BAB V Penutup	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	112
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	114
5.4 Saran Untuk Penelitian Yang Akan Datang.....	115
Daftar Pustaka	117
Lampiran-lampiran	120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2 Usia Responden.....	54
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	55
Tabel 4.4 Profesi Responden.....	56
Tabel 4.5 Pendapatan Responden	56
Tabel 4.6 Rentang Waktu Menjadi Nasabah.....	57
Tabel 4.7 Nasabah Yang Memiliki Rek di Bank Lain	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden untuk Indikator Variabel <i>Understanding Customer Expectation</i>	60
Tabel 4.9 Tanggapan Responden untuk Indikator Variabel <i>Building Service Partnership</i>	62
Tabel 4.10 Tanggapan Responden untuk Indikator Variabel <i>Total Quality Management</i>	64
Tabel 4.11 Tanggapan Responden untuk Indikator Variabel <i>Empowering Employees</i>	66
Tabel 4.12 Tanggapan Responden untuk Indikator Variabel Kepuasan Nasabah	68
Tabel 4.13 Tanggapan Responden untuk Indikator Variabel Loyalitas Nasabah	70
Tabel 4.14 Uji Validitas	72
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.16 Uji Normalitas One Sample Kolmogrov Smirnov(1-KS).....	75
Tabel 4.17 Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Dependen.....	79
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi dengan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Dependen.....	81
Tabel 4.20 Hasil Uji t dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Dependen.....	86
Tabel 4.21 Hasil Uji t dengan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Dependen.....	89

Tabel 4.22 Hasil Uji F dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Dependen.....	93
Tabel 4.23 Hasil Uji F dengan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Dependen.....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Empirik Penelitian	40
Gambar 3.3 Model Uji Path Analysis	51
Gambar 4.1 Uji Normalitas	76
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	78
Gambar 4.3 Hasil Uji Path I.....	83
Gambar 4.4 Hasil Uji Path II.....	84
Gambar 4.5 Hasil Uji Path III	84
Gambar 4.6 Hasil Uji Path IV	85