

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK .....	xix

### **BAB I : PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian.....	10
G. Penegasan Istilah.....	11
H. Sistematika Skripsi .....	13

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Deskripsi Teoritis.....	15
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2. Tujuan Pemasaran.....	17
B. Loyalitas.....	17
1. Pengertian Loyalitas .....	17
2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	19
3. Tahapan dan Tingkatan Loyalitas.....	20
C. Ikatan Emosi .....	21
1. Pengertian Ikatan Emosional .....	21
2. Indikator Faktor Emosional .....	23
D. Kepercayaan.....	24
1. Pengertian Kepercayaan .....	24
2. Dimensi Kepercayaan .....	26
E. Kemudahan .....	27
1. Pengertian Kemudahan .....	27
2. Indikator Kemudahan Nasabah.....	29
F. Pengalaman.....	29
1. Pengertian Pengalaman.....	29
2. Kategori pada Pengalaman .....	32
3. Mengukur Pengalaman Nasabah .....	34
G. <i>Customer Relationship Management</i> .....	35
1. Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> .....	35

2.	Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> .....	36
3.	Manfaat dan Tujuan <i>Customer Relationship Management</i> .....	39
H.	Bank Syariah.....	40
1.	Pengertian Bank Syariah.....	40
2.	Prinsip-Prinsip Bank Syariah.....	42
3.	Tujuan Bank Syariah .....	43
4.	Jenis Kegiatan Usaha Bank Syariah .....	44
I.	Ikatan Emosi, Kepercayaan, Kemudahan, Pengalaman, Loyalitas Nasabah dan <i>Customer Relationship Management</i> dalam Islam.....	49
J.	Teori Hubungan Variabel .....	55
1.	Hubungan Ikatan Emosi terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> .....	55
2.	Hubungan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> .....	56
3.	Hubungan Kemudahan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> .....	56
4.	Hubungan Pengalaman terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> .....	57
K.	Kajian Penelitian Terdahulu .....	57
L.	Kerangka Konseptual.....	63
M.	Mapping Variabel Teori dan Indikator Penelitian Ikatan Emosi (X1), Kepercayaan(X2), Kemudahan(X3), Pengalaman(X4) dan Loyalitas Nasabah(Y) .....	65
N.	Hipotesis Penelitian .....	69

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	70
1. Pendekatan Penelitian .....	70
2. Jenis Penelitian.....	71
B. Definisi Konsep dan Operasional Variabel.....	72
C. Populasi, Sampel dan Sampling.....	77
1. Populasi Penelitian .....	77
2. Sampling dan Sampel Penelitian.....	78
D. Sumber Data, dan Variabel Penelitian .....	79
1. Sumber data.....	79
2. Variabel Penelitian .....	79
3. Skala Pengukuran.....	80
E. Teknik Pengumpulan Data.....	81
F. Analisis Data .....	82
1. Uji Validitas .....	82
2. Uji Reliabilitas.....	83
3. Uji Normalitas .....	83
4. Uji Asumsi Klasik.....	84
5. Analisis Regresi Linier Berganda .....	86
6. Uji Hipotesis.....	86
7. Uji Koefisien Determinasi.....	88

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	90
1. Sejarah PT Bank BRI Syariah Tbk .....	90
2. Visi dan Misi PT BRI Syariah Tbk .....	92
3. Produk BRI Syariah .....	92
B. Deskripsi Responden .....	96
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	96
2. Karakteristik Berdasarkan Usia .....	97
3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	99
4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	100
5. Karakteristik Berdasarkan Lama menjadi Nasabah .....	102
C. Pengujian Uji Validitas dan Reliabilitas .....	103
D. Hasil Analisis Data .....	107
1. Uji Normalitas .....	107
2. Uji Asumsi Klasik .....	110
a. Uji Multikolinieritas .....	110
b. Uji Heterokedastisitas .....	111
c. Uji Autokolerasi .....	112
E. Analisis Regresi Berganda .....	113
F. Uji Hipotesis .....	116
a. Uji T (Secara Parsial) .....	116
b. Uji F (Secara Simultan) .....	120
G. Uji Koefisien Determinasi .....	121

## **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Ikatan Emosi terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> di BRI Syariah Tulungagung .....	123
B. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> di BRI Syariah Tulungagung .....	125
C. Pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> di BRI Syariah Tulungagung .....	127
D. Pengaruh Pengalaman terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> di BRI Syariah Tulungagung .....	128
E. Pengaruh Ikatan Emosi, Kepercayaan, Kemudahan dan Pengalaman terhadap Loyalitas Nasabah dalam Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> di BRI Syariah Tulungagung.....	130

## **BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	133
B. Saran.....	135

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**