

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan .....	v
Halaman Motto .....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar .....	viii
Daftar Isi .....	x
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar .....	xvii
Daftar Lampiran .....	xviii
Abstrak.....	xix
Abstrack .....	xx

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	11
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian.....	12
E. Kegunaan Penelitian .....	13
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	14

G. Penegasan Istilah .....	15
H. Sistematika Skripsi .....	18

## **BAB II : LANDASAN TEORI**

A. Manajemen Pemasaran .....	20
1. Definisi Manajemen Pemasaran .....	20
B. Kepuasan Nasabah.....	22
1. Pengertian Kepuasan .....	22
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan.....	23
3. Cara Mengukur Kepuasan Nasabah .....	26
C. Loyalitas Nasabah .....	27
1. Pengertian Loyalitas Nasabah .....	27
2. Indikator Loyalitas Nasabah.....	30
3. Tahapan-Tahapan Loyalitas Nasabah .....	31
D. Atribut Produk .....	33
1. Pengertian Atribut Produk.....	33
2. Komponen Atribut Produk .....	35
E. Kualitas Pelayanan .....	37
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	37
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	38
F. <i>Relationship Marketing</i> .....	41
1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	41
2. Dimensi <i>Relationship Marketing</i> .....	43
G. Bank Syariah .....	45

1. Pengertian Bank Syariah .....	45
2. Dasar Hukum Bank Syariah .....	46
3. Perbedaan Bank Syariah dengan Bank Konvensional .....	47
H. Penelitian Terdahulu .....	49
I. Kerangka Konseptual .....	53
J. Mapping Variabel, Teori dan Indikator .....	56
K. Hipotesis Penelitian .....	59

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

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian .....	61
B. Definisi Konsep dan Operasional .....	62
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	63
D. Sumber data, Variabel dan Skala Pengukuran .....	64
E. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....	66
F. Teknik Analisis Data .....	69

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	84
1. Sejarah Bank BRISyariah.....	84
2. Visi dan Misi Bank BRISyariah .....	86
3. Makna dan Logo Bank BRISyariah .....	86
4. Produk-Produk BRISyariah.....	87
5. Struktur Organisasi BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.....	90

B. Profil Responden .....	92
C. Analisis Deskripsi Responden .....	92
D. Deskripsi Variabel Penelitian .....	96
E. Pengujian Hipotesis .....	105
1. Uji Kualitas Data .....	105
2. Uji Asumsi Klasik .....	111
3. Uji Hipotesis .....	117
4. Analisis <i>Path</i> (Analisis Jalur).....	122

## **BAB V : PEMBAHASAN**

A. Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung .....	131
B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung .....	133
C. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.....	134
D. Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung .....	136
E. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung .....	138
F. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.....	141
G. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung .....	143

**BAB VI : PENUTUP**

A. Kesimpulan..... 145

B. Saran..... 148

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**