

## DAFTAR ISI

Cover.....	i
Halaman Judul.....	ii
Persetujuan Pembimbing.....	iii
Pengesahan Penguji.....	iv
Motto.....	v
Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Abstrak.....	xiv

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian.....	13
G. Penegasan iastilah.....	14
H. Sistematika Pembahasan.....	16

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran.....	18
B. Pemasaran Hubungan ( <i>Relationship Marketing</i> ).....	21
C. Citra Merek.....	25
D. Kepercayaan.....	32
E. Kepuasan Pelanggan.....	36
F. Kajian Terdahulu.....	40

G. Kerangka Konseptual.....	53
H. Hipotesis Penelitian.....	54
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
B. Populasi, Sampel, dan Sampling Penelitian.....	56
C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran.....	59
D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	61
E. Teknik Analisis Data.....	64
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Objek Penelitian.....	71
B. Deskripsi Responden.....	75
C. Hasil penelitian.....	77
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh Pemasaran Hubungan Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung.....	94
B. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung.....	96
C. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung.....	99
D. Pengaruh Pemasaran Hubungan, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Galeri Hijab Lalascarf Kabupaten Tulungagung.....	101
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>106</b>
<b>Lampiran-Lampiran.....</b>	<b>110</b>