

## DAFTAR ISI

Halaman Luar Sampul .....	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Persetujuan .....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Motto .....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
Abstrak.....	xiv
<i>Abstract</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>12</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>D. Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>13</b>
<b>E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>F. Penegasan Istilah.....</b>	<b>15</b>
<b>G. Sistematika Penulisan .....</b>	<b>18</b>
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>20</b>
<b>A. Kepuasan Nasabah.....</b>	<b>20</b>
1. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	20
2. Variabel Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	23
3. Pengukuran Tingkat Kepuasan Nasabah .....	26
<b>B. Nilai Nasabah.....</b>	<b>27</b>
1. Pengertian Nilai Nasabah .....	27
2. Dimensi Nilai Nasabah.....	30

<b>C. Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>31</b>
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	31
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	35
3. Pengukuran Tingkat Kualitas Pelayanan.....	37
<b>D. Relationship Marketing .....</b>	<b>38</b>
1. Pengertian Relationship Marketing .....	38
2. Dimensi Relationship Marketing .....	41
<b>E. Kajian Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>43</b>
<b>F. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>52</b>
<b>G. Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>57</b>
<b>A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....</b>	<b>57</b>
<b>B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....</b>	<b>58</b>
<b>C. Sumber Data, Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran .....</b>	<b>60</b>
<b>D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian .....</b>	<b>62</b>
<b>E. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>71</b>
<b>A. Deskripsi Objek Penelitian.....</b>	<b>71</b>
<b>B. Analisis Deskriptif.....</b>	<b>74</b>
<b>C. Hasil Analisis Data .....</b>	<b>78</b>
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>93</b>
<b>A. Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah         Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.....</b>	<b>93</b>
<b>B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank         Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung .....</b>	<b>96</b>
<b>C. Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank         Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung .....</b>	<b>99</b>
<b>D. Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan dan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia         Kantor Cabang Pembantu Tulungagung .....</b>	<b>102</b>

<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>105</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>105</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>106</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>