

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------|------|
| Halaman Sampul Luar | 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..... | xi |
| Daftar Gambar | xii |
| Daftar Lampiran..... | xiii |
| Abstrak..... | xiv |
| Abstract..... | xv |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 10 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 11 |
| E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian | 12 |
| F. Penegasan Istilah | 13 |
| G. Sistematika Penulisan Skripsi | 16 |

BAB II LANDASAN TEORI

| | |
|---|----|
| A. Perilaku Konsumen | 18 |
| B. <i>Sharia Compliance</i> | 22 |
| C. <i>Service Quality</i> | 27 |
| D. <i>Customer Relationship Manajemen (CRM)</i> | 32 |
| E. <i>Brand Image</i> | 39 |
| F. Implikasi Kepuasan Nasabah..... | 41 |
| G. Loyalitas | 47 |
| H. Penelitian Terdahulu..... | 56 |
| I. Kerangka Konseptual | 61 |
| J. Hipotesis Penelitian..... | 63 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 65 |
| B. Populasi dan Sampel Penelitian..... | 65 |
| C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran..... | 67 |
| D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian | 68 |
| E. Analisis Data | 72 |

BAB IV HASIL PENELITIAN

| | |
|------------------------------------|----|
| A. Deskripsi Objek Penelitian..... | 81 |
| B. Deskripsi Responden..... | 84 |
| C. Deskripsi Data | 89 |
| D. Analisis Data | 94 |

BAB V PEMBAHASAN

| | |
|---|-----|
| A. Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap Implikasi Kepuasan..... | 121 |
| B. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Implikasi Kepuasan..... | 124 |
| C. Pengaruh CRM terhadap Implikasi Kepuasan | 125 |
| D. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Implikasi Kepuasan | 126 |
| E. Pengaruh Implikasi Kepuasan terhadap Loyalitas | 127 |
| F. Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap Loyalitas | 128 |
| G. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas | 129 |
| H. Pengaruh CRM terhadap Implikasi Loyalitas | 131 |
| I. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas | 132 |
| J. Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y Melalui Variabel Z | 133 |

BAB VI PENUTUP

| | |
|--------------------|-----|
| A. Kesimpulan..... | 135 |
| B. Saran..... | 136 |

DAFTAR PUSTAKA.....138

LAMPIRAN-LAMPIRAN