

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar .....	
Halaman Sampul Dalam .....	
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
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	10
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Kegunaan Penelitian .....	11
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian .....	12
G. Penegasan Istilah .....	13
H. Sistematika Pembahasan Skripsi .....	15
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Grand Theory (Manajemen Pemasaran) .....	17
B. <i>Service Quality</i> .....	19
C. <i>Customer Value</i> .....	23
D. <i>Eksperiental Marketing</i> .....	27
E. Tingkat Kepuasan Nasabah .....	34
F. Bank Syariah .....	38
G. Penelitian Terdahulu .....	42
H. Kerangka Konseptual .....	46
I. Hipotesis Penelitian .....	47
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	49
B. Populasi, Sampel, dan Sampling .....	50
C. Sumber Data dan Variabel .....	52
D. Teknik Pengumpulan dan Sumber Data .....	53
E. Analisis Data .....	58

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	61
B. Deskriptif Karakteristik Responden.....	67
C. Deskriptif Variabel .....	70
D. Hasil penelitian .....	81
<b>BAB V PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap Tingkat Kepuasan .....	96
B. Pengaruh <i>Customer Value</i> Terhadap Tingkat Kepuasan .....	98
C. Pengaruh <i>Experiential Marketing</i> Terhadap Tingkat Kepuasan .....	100
D. Pengaruh <i>Service Quality, Customer Value</i> .....	102
<b>BAB VI PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	105
B. Saran .....	106

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN-LAMPIRAN