

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.2 Kepuasan Nasabah	9
2.2.1 Pengukuran Kepuasan Nasabah	10
2.3 Customer Relationship	14
2.3.1 Konsep Dasar Customer Relationship	17
2.3.2 Program Customer Relationship	18

2.3.3 Tujuan Customer Relationship.....	20
2.4 Keunggulan Produk	22
2.5 Hubungan Antar Variabel	26
2.5.1 Pengaruh Customer Relationship Terhadap Kepuasan Nasabah	26
2.5.2 Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	27
2.6 Penelitian Terdahulu	28
2.7 Kerangka Konseptual.....	34
2.8 Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Diskripsi Populasi Dan Penentuan Sampel.....	36
3.2.1 Populasi Penelitian	36
3.2.2 Penentuan Sampel	36
3.2.3 Teknik Sampling	37
3.3 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel	37
3.3.1 Variabel	37
3.3.2 Definisi Operasional Variabel	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data Dan Instrument Penelitian.....	42
3.4.1 Jenis Dan Sumber Data	42
3.4.2 Metode Pengumpulan Data	43
3.5 Teknik Keabsahan Data	45
3.5.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas	45
3.5.1.1 Uji Validitas	45
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.5.2.1 Uji Normalitas	46
3.5.2.2 Uji Multikolinieritas.....	46
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48

3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.6.2 Koefisien Determinasi (R ²).....	50
3.6.3 Uji Hipotesis.....	51
3.6.3.1 Uji F Hitung (Uji simultan).....	51
3.6.3.2 Uji T Hitung (Uji parsial).....	52
BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	53
4.1 Penyajian Data	53
4.1.1 Profil Singkat Bank Tabungan Negara.....	53
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	55
4.1.2.1 Visi Perusahaan	55
4.1.2.2 Misi Perusahaan	55
4.1.3 Struktur Organisasi.....	56
4.1.4 Kegiatan Usaha Bank Tabungan Negara	57
4.2 Analisis Data.....	59
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden.....	59
4.2.1.1 Jumlah Sampel Dan Tingkat Pengembalian.....	59
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	60
4.2.1.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	61
4.2.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....	62
4.2.2 Deskriptis Variabel Penelitian.....	63
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Customer Relationship	64
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Keunggulan Produk.....	64
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah	65
4.2.3 Teknik Keabsahan Data	66
4.2.3.1 Hasil Pengujian Validitas	66
4.2.3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	68

4.2.4 Uji Asumsi Klasik	69
4.2.4.1 Hasil Pengujian Normalitas.....	69
4.2.4.1 Hasil Pengujian Multikolinearitas	70
4.2.4.2 Hasil pengujian Heterokedastisitas	72
4.2.5 Teknik Analisis Data.....	73
4.2.5.1 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda	73
4.2.5.2 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	75
4.2.5.3 Hasil Pengujian Hipotesis	76
4.2.5.3.1 Uji F Hitung (Uji Simultan)	76
4.2.5.3.2 Uji T Hitung (Uji parsial).....	77
4.3 Interpretasi Data.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	82
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tangga Customer Relationship.....	21
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Sampel Dan Tingkat Pengembalian.....	59
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Usia.....	60
Tabel 4.4 Karakteristik Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5 Karakteristik pendapatan.....	62
Tabel 4.6 Kategori Mean Masing Masing Variabel.....	63
Tabel 4.7 Jawaban Responden mengenai Variabel Customer Relationship.....	64
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keunggulan Produk.....	65
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Kepuasan Nasabah.....	65
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Customer Relationship.....	66
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Keunggulan Produk.....	67
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah.....	67
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	69
Tabel 4.14 Hasil Normalitas.....	70
Tabel 4.15 Hasil Multikolinearitas.....	71
Tabel 4.16 Hasil Heterokedastisitas.....	72
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	75
Tabel 4.18 Hasil Analisa Uji F.....	76
Tabel 4.19 Hasil Analisa Uji T.....	78

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Manfaat Kepuasan Nasabah	13
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	56
Gambar 4.2 Kurva Distribusi Uji F.....	77
Gambar 4.3 Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Customer Relationship Terhadap Kepuasan Nasabah	78
Gambar 4.4 Kurva Distribusi Uji T Pengaruh Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	79