

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	2
1.1.4 Deskripsi Tugas.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.6 Waktu dan Priode Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	11

2.1.4 Dimensi <i>Relationship Marketing</i> .....	13
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Konsumen) .....	14
2.1.6 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.7 Dimensi Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.8 Loyalitas Konsumen.....	16
2.1.9 Loyalitas Konsumen Berdasarkan Sikap dan Perilaku Pembelian Ulang .....	17
2.1.10 Dimensi Loyalitas Konsumen.....	19
2.1.11 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> Terhadap Customer Loyalty.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis Penelitian .....	32
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Operasioanal Variabel.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi .....	38
3.3.2 Sampel .....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	40
3.5.1 Uji Validitas.....	40
3.5.2 Uji Reabilitas .....	42
3.6 Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	43
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	45
3.6.3 Metode Successive Inteval (MSI).....	46
3.6.4 Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>

4.1 Karakteristik Responden .....	51
4.1.1 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
4.1.2 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia .....	52
4.1.3 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan .....	52
4.1.4 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan .....	53
4.1.5 Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendapatan .....	54
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	55
4.2.1.1 Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	55
4.2.1.2 Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	57
4.2.1.3 Variabel <i>Customer Loyalty</i> .....	59
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	61
4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas .....	61
4.2.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
4.2.2.3 Hasil Uji <i>Heteroskedastisitas</i> .....	63
4.2.3 Hasil <i>Analisis Jalur</i> .....	64
4.2.3.1 Hasil Persamaan Sub Struktural I .....	65
4.2.3.2 Hasil Persamaan Sub Struktural II .....	67
4.2.3.3 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung .....	70
4.2.3.4 Hasil Uji Signifikansi Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang Dimediasi <i>Customer</i> <i>Satisfaction</i> .....	71
4.3 Pembahasan .....	72
4.3.1 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	72
4.3.2 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	73
4.3.3 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	73
4.3.4 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang Dimediasi <i>Customer Satisfaction</i> .....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1 Kesimpulan .....	75
5.2 Saran .....	75

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>
<b>LAMPIRAN</b>	