

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	iv
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	16
2.1 Landasan Teori .....	16
2.1.1 Kualitas Layanan.....	16
2.1.2 Nilai Nasabah .....	18
2.1.3 <i>Customer Relationship Management</i> .....	20
2.1.4 Kepuasan Nasabah .....	22
2.1.5 Loyalitas Nasabah .....	23
2.2 Pengaruh Antar Variabel .....	25
2.2.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	25
2.2.2 Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah .....	26
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Nasabah.....	27
2.2.4 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	28
2.2.5 Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah .....	29

2.2.6	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Nasabah.....	30
2.2.7	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah .....	31
2.3	Penelitian Terdahulu.....	32
2.4	Kerangka Pemikiran .....	35
2.5	Hipotesis.....	36
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
3.1.1	Variabel Penelitian .....	37
3.1.2	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.2	Populasi dan Sampel .....	41
3.3	Jenis dan Sumber Data .....	42
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	42
3.5	Metode Analisis Data .....	44
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN ANALISIS .....</b>	<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Responden .....	54
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia .....	55
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	56
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Menjadi Nasabah Bank Lain.....	57
4.2	Analisis Data Penelitian .....	58
4.2.1	Asumsi SEM.....	59
4.2.2	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Kualitas Layanan.....	66
4.2.3	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Nilai Nasabah.....	71
4.2.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel <i>Customer Relationship Management</i> .....	73
4.2.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Kepuasan Nasabah .....	75
4.2.6	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Loyalitas Nasabah .....	78
4.2.7	Analisis <i>Full Model</i> SEM .....	80
4.3	Pengujian Hipotesis .....	81
4.4	Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , <i>Total Effect</i> dan <i>Sobel Test</i> .....	87
4.4.1	Analisis <i>Direct Effect</i> .....	87
4.4.2	Analisis <i>Indirect Effect</i> .....	88

4.4.3	<i>Analisis Total Effect</i> .....	89
4.4.4	<i>Sobel Test</i> .....	89
4.5	Pembahasan .....	91
4.5.1	Proses Peningkatan Loyalitas Nasabah 1 .....	92
4.5.2	Proses Peningkatan Loyalitas Nasabah 2 .....	93
4.5.3	Proses Peningkatan Loyalitas Nasabah 3 .....	94
<b>BAB V PENUTUP</b> .....		96
5.1	Simpulan.....	96
5.2	Implikasi Teoritis.....	98
5.3	Implikasi Manajerial.....	100
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	103
5.5	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		105
<b>LAMPIRAN A</b> .....		110
<b>LAMPIRAN B</b> .....		118
<b>LAMPIRAN C</b> .....		124
<b>LAMPIRAN D</b> .....		132