

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
<i>ABSTRAKSI</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Batasan Penelitian.....	8
1.3. Rumusan Masalah.....	9
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. Pengertian Pemasaran	13
2.1.2. Manajemen Pemasaran	16
2.1.3. Pengertian Relationship Marketing	17

2.1.4. Bagian Relationship Marketing	18
2.1.5. Hubungan <i>Relationship Marketing</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i> ..	29
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
2.3. Model Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Obyek / Subyek Penelitian	36
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.2.1. Populasi	36
3.2.2. Samplel	37
3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel	37
3.3. Jenis Data	37
3.4. Metoda Pengumpulan Data	38
3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
3.6. Uji Kualitas Instrumen	43
3.6.1. Pengujian Validitas	43
3.6.2. Pengujian Reliabelitas	44
3.7. Alat Analisis Data	44
3.7.1. Analisis Regresi Berganda	44
3.7.2. Uji Koefisien Determinasi	45
3.7.3. Uji Hipotesis	45
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.2. Identitas Responden	55

4.3. Uji Kualitas Instrumen	57
4.3.1. Uji Validitas	57
4.3.2. Uji Reliabilitas	59
4.4. Uji Asumsi Klasik	59
4.5. Analisis Regresi Berganda	62
4.6. Pengujian Hipotesis	64
4.7. Koefisien Determinasi	67
4.8. Pembahasan	67
BAB V PENUTUP	70
5.1. Kesimpulan	70
5.2. Saran	71
5.3. Keterbatasan Penelitian	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

FEB UNDIP