

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
 BAB II LANDASAN TEORI	 13
2.1 Strategi Pemasaran	13
2.1.1 Pengertian Strategi	14
2.1.2 Pengertian Pemasaran	16
2.1.3 Fungsi Pemasaran	21
2.2 Konsep pelayanan	21
2.2.1 Bentuk-bentuk Pelayanan	22
2.3 Kepuasan Konsumen	24
2.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	25
2.3.2 Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan	28
2.3.3. Faktor-faktor Timbulnya Ketidakpuasan Pelanggan	30
2.3.4 Strategi Kepuasan Pelanggan	32
2.4 Loyalitas	36
2.4.1 Tahapan Menjadi Pelanggan yang Loyal	38
2.4.2 Manfaat Loyalitas Bagi Perusahaan	41
2.5 Reputasi Perusahaan	44
2.6 Hubungan Antara Kepuasan, Reputasi Perusahaan dan Loyalitas	47
2.7 Kerangka Pemikiran	48
2.8 Hipotesis	51

BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Desain Penelitian	52
3.1.1 Jenis Penelitian	52
3.1.2 Unit Analisis	54
3.2 Operasionalisasi Variabel	55
3.3 Teknik Pengumpulan Data	59
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	61
3.5 Metode Analisis	62
3.6 Rancangan Uji Hipotesis	62
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 65
4.1 Gambaran Singkat Perusahaan	65
4.1.1 Sejarah Bank BNI 46	65
4.1.2 Visi dan Misi Bank BNI 46	68
4.1.3 Struktur Organisasi Bank BNI 46 Bagian Penyimpanan / Tabungan	69
4.2 Gambaran Layanan Tabungan Bank BNI	70
4.3 Profil Responden	73
4.3.1 Usia Responden	73
4.3.2 Tingkat Pendidikan Responden	75
4.3.3 Pekerjaan Responden	77
4.3.4 Pendapatan Responden Per Bulan	78
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	80
4.4.1 Analisis Uji Validitas	80
4.4.2 Analisis Uji Reliabilitas	85
4.5 Tingkat Kepuasan Nasabah Penabung	89
4.6 Tingkat Reputasi Perusahaan Menurut Nasabah Penabung	94
4.7 Tingkat Loyalitas Nasabah Penabung Bank BNI	99
4.8 Pengaruh Kepuasan Nasabah Penabung terhadap Loyalitas Nasabah Penabung	103

4.9 Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung	107
4.10 Analisis regresi	110
4.11 Implikasi Manajerial	117
BAB V PENUTUP	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target dan Realisasi dana Dari Pihak Ketiga	4
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	57
Tabel 4.1 Uji Validitas	82
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Kepuasan	90
Tabel 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Reputasi Bank BNI	95
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Loyalitas Nasabah	100
Tabel 4.6 Koefisien Regresi	104
Tabel 4.7 Uji Signifikansi	105
Tabel 4.9 Koefisien Regresi	109
Tabel 4.10 Uji Signifikansi	111
Tabel 4.11 Koefisien Regresi	113
Tabel 4.12 Uji Signifikansi	114
Tabel 4.13 Tabel Korelasi	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Inti Pemasaran	20
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	27
Gambar 2.3 Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan	31
Gambar 2.4 Model Penelitian Bontis dan Booker	48
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 3.1 Proses Operasionalisasi Variabel	56
Gambar 4.1 Usia Responden	74
Gambar 4.2 Pendidikan Responden	76
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden	77
Gambar 4.4 Pendapatan per Bulan	79