

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TRANSLITERASI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Batasan Penelitian	11
F. Definisi Operasional	12
G. Sistematika Pembahasan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
A. Kajian Teoritik	17
1. Pemasaran	17
2. Konsep Pemasaran Bank	22

3. Strategi Pemasaran	23
4. Bauran Pemasaran	28
5. Loyalitas	37
B. Penelitian Terdahulu	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Waktu dan Tempat Penelitian	43
C. Obyek Penelitian	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
D. Variabel Penelitian	45
E. Hipotesis	46
F. Instrumen Penelitian	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	50
3. Uji Asumsi Klasik	52
G. Data dan Sumber Data	54
1. Jenis Data	54
2. Sumber Data	54
3. Teknik Pengumpulan Data	55
H. Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
A. Deskripsi Umum Obyek Penelitian	57
1. Lokasi Penelitian	57
2. Karakteristik Responden	58
B. Analisa Data	64
C. Hasil Penelitian	78

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	99
A.	Kesimpulan	99
B.	Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	107