

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Operasional	8
F. Sistematika Pembahasan	10
BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	12
B. Kerangka Teori	15
1. Pemasaran	15
2. <i>Relationship Marketing</i>	19
3. Kepuasan Pelanggan	30
C. Paradigma Penelitian	35
D. Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian	39
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	40
D. Variabel dan Indikator Penelitian	43
E. Tahap-Tahap Penelitian	46
F. Teknik Pengumpulan Data	48
G. Teknik Analisa Data	50
H. Teknik Validitas Data	54

BAB IV	HASIL PENELITIAN	
A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
1.	Sejarah Yayasan Yatim Mandiri	55
2.	Latar Belakang Berdirinya Yayasan Yatim Mandiri	56
3.	Letak Yayasan Yatim Mandiri Cabang Kediri.....	58
4.	Visi dan Misi serta Motto Yayasan Yatim Mandiri.....	58
5.	Tujuan Yayasan Yatim Mandiri.....	59
6.	Struktur Organisasi Yayasan Yatim Mandiri.....	59
7.	Program-Program Yayasan Yatim Mandiri Cabang Kediri	63
B.	Penyajian Data	66
1.	Karakteristik Responden	66
2.	Uji Validitas dan Reliabilitas	68
3.	Analisis Deskriptif Variabel.....	71
4.	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik	95
5.	Persamaan atau Model Regresi Linier Berganda.....	98
6.	Analisis Korelasi Ganda.....	99
7.	Analisis Determinasi (R^2)	101
C.	Pengujian Hipotesis.....	101
1.	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (uji T).....	101
2.	Uji KOefisien Regresi Secara Bersama-sama (uji F).....	103
D.	Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data).....	105
BAB V	PENUTUP	
A.	Kesimpulan	108
B.	Saran dan Rekomendasi	109
C.	Keterbatasan Penelitian.....	110

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN