

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan	6
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Hipotesis	11
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	12
2.2 Konsep Pemasaran.....	13
2.3 Konsep Pemasaran Relasional.....	14
2.5 Pengertian Kepercayaan	17
2.5 Pengertian Komitmen	20
2.6 Pengertian Kepuasan	22
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian Data	28
3.3 Metode Penentuan Sampel.....	28
3.4 Operasional Variabel Penelitian.....	29
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.6 Alat Analisis.....	31
3.6.1 Analisis Kualitatif	31
3.6.2 Analisis Kuantitatif	31

IV. PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	33
4.1.1 Uji Validitas	33
4.1.2 Uji Reliabilitas	34
4.2 Analisis Kuantitatif	34
4.3 Implikasi Managerial	40

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	44

DAFTAR PUSTAKA