**DAFTAR ISI**

Halaman

ABSTRAK

RIWAYAT HIDUP

MOTTO

PERSEMBAHAN

SANWACANA

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

**BAB I. PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang…………………………………………………………. 1

1.2 Permasalahan…………………………………………………………... 5

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian………………………………………… 7

1.4 Kerangka Pemikiran………………………………………………….... 7

1.5 Hipotesis……………………………………………………………….. 10

**BAB II. LANDASAN TEORI**

2.1 Pengertian Pemasaran………………………………………………….. 11

2.2 Konsep Pemasaran……………………………………………………... 12

2.3 Konsep Dari *TheCommitment Trust Theiry*……………………………. 142.4 Kepercayaan……………………………………………………………. 18 2.4.1 Pengertian Kepercayaan ………………………………………18 2.4.2 Proses Timbulnya Kepercayaan ………………………………20 2.5 Komitment…………………………………………………………....... 22 2.5.1 Pengertian Komitment……..………………………………… 22 2.5.2 Bentuk-Bentuk Komitmen…………………………………… 24 2.6 Pengertian Kepuasan…………………………………………………… 24 2.6.1 Faktor-Faktor Penentu Tingkat Kepuasan…………………… 27 2.6.2 Cara-Cara Untuk Mengukur Kepuasan………………………. 28

**BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian…………………………………………………………. 31 3.2 Metode Pengumpu lan Data…………………………………………… 31 3.3 Metode Penentuan Sampel…………………………………………….. 32

3.4 Operasional Variabel Penelitian……………………………………….. 32

3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas………………………………………….. 33

3.6 Alat Analisis……………………………………………………………. 34

3.7 Skala Pengukuran………………………………………………………. 35

**BAB IV. HASIL PENELITIAN**

4.1 Hasil Uji Validitas……………………………………………………… 37

4.2 Uji Reliabilitas…………………………………………………………. 38

4.3 Pengaruh Benefit, Komunikasi Dan Kepercayaan Terhadap………….. 38

Loyalitas Pelanggan

4.4 Implikasi Manajerial……………………………………..........................45

**BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan……………………………………………………………….. 47

5.2 Saran…………………………………………………………………… 47

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DAFTAR TABEL**

Halaman

Tabel 1.1 Merek-Merek Yang Sangat Direkomendasikan Konsumen……….. 4

2011

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel……………………………………… 32

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas………………………………………………….. 37

Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Regresi………………………………………….. 38

Tabel 4.3 Hasil Parsial Variabel Penelitian…………………………………... 39

Tabel 4.4 Jawaban Pengguna Mobil Di Bandar Lampung Untuk……………. 41

Variabel Kepercayaan

Tabel 4.5 Jawaban Konsumen Atas Variabel Komunikasi…………………… 43

Tabel 4.6 Jawaban Konsumen Atas Variabel Benefit………………………… 44

**DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 1 Model Penelitian…………………………………………………… 9

Gambar 2 Model *Key Modiating Variables* (KMV) dari *Relationship*……….. 15

*Markering*

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5 Hasil Regresi