

DAFTAR ISI

MOTTO	i
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	8
1.5.1 Lokasi Penelitian	8
1.5.2 Waktu Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Kajian Teoritis	10
2.1.1.1 Pemasaran Jasa Perbankan	10
2.1.1.2 <i>Relationship Marketing</i> (Pemasaran Relasional)	11
2.1.1.3 <i>Customer Lifetime Value</i> (CLV)	13
2.1.1.4 Keputusan Nasabah dalam Pengambilan Ulang Kredit	15
2.1.1.5 Kredit Mikro Kupedes dalam Perspektif Relasional.....	18
2.1.2 Kajian Empiris (Penelitian Terdahulu).....	19

2.2 Kerangka Pemikiran.....	22
2.3 Hipotesis.....	23
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan.....	25
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	29
3.1.2.1 Visi	29
3.1.2.2 Misi	29
3.1.3 Struktur Organisasi.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.2.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	32
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data	36
3.2.3.2 Populasi Sasaran.....	39
3.2.3.3 Penentuan Sampel	42
3.2.4 Model Penelitian	45
3.2.5 Teknik Analisis Data	48
3.2.5.1 Uji Kualitas Data.....	48
3.2.5.2 Statistik Deskriptif	52
3.2.5.3 Uji Asumsi Klasik	54
3.2.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	57
3.2.5.5 Uji Hipotesis.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian	61
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	61
4.1.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	62
4.1.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.1.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.1.2 Analisis Data	67
4.1.2.1 Uji Kualitas Data.....	67

4.1.2.2 Statistik Deskriptif	72
4.1.2.3 Uji Asumsi Klasik	74
4.1.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	78
4.1.2.5 Uji Hipotesis.....	81
4.2 Pembahasan.....	85
4.2.1 <i>Relationship Marketing</i> di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Unit Kawalu	85
4.2.2 Keputusan Nasabah dalam Keputusan Ulang di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.	95
4.2.3 Pengaruh <i>Relationship Marketing</i> Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pengambilan Ulang di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Unit Kawalu	104
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1 Simpulan	109
5.2 Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN.....	117
BIODATA PENULIS	137