



DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Lampiran	x
Intisari	xi
<i>Abstract</i>	xii
Bab 1 Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Lingkup Penelitian	6
1.6 Keaslian Penelitian	6
Bab 2 Landasan Teori dan Hipotesis	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 <i>Relationship Marketing</i>	8
2.1.2 Loyalitas Pelanggan	18
2.2 Hipotesis	24
2.2.1 Kepercayaan	24
2.2.2 Komitmen	25
2.2.3 Komunikasi	26
2.2.4 Penanganan Konflik	26
2.3 Model Penelitian	27
Bab 3 Metode Penelitian	28
3.1 Populasi dan Sampel	28



3.2 Data dan Sumber Data	29
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Variabel Penelitian	30
3.5 Definisi Operasional Variabel	31
3.6 Metode Pengujian Instrumen	33
3.6.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Kecil	33
3.7 Metode Analisis Data	37
3.8 Pengujian Hipotesis	39
Bab 4 Hasil Dan Pembahasan	41
4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Besar	41
4.2 Deskripsi Responden	44
4.2.1 Jenis Kelamin	45
4.2.2 Usia	45
4.2.3 Kelas	46
4.2.4 Angkatan	46
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	47
4.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Sampel Besar	45
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	49
4.5 Pengujian Hipotesis	53
4.5.1 Pengujian Hipotesis Kepercayaan	53
4.5.2 Pengujian Hipotesis Komitmen	55
4.5.3 Pengujian Hipotesis Komunikasi	56
4.5.4 Pengujian Hipotesis Penanganan Konflik	58
4.6 Pembahasan	59
Bab 5 Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan	67
5.3 Saran	67
Daftar Pustaka	
Lampiran	