

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOOSYAH	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	12
1. <i>Theory Of Planned Behavior</i>	12
2. <i>Service Quality</i>	13
3. <i>Relationship Marketing</i>	15
4. <i>Corporate Image</i>	17
5. Loyalitas	29
6. Kepuasan	22
7. Lembaga Keuangan Syariah	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berpikir.....	36
D. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian dan <i>Pendekatan</i> Penelitian.....	42
B. <i>Setting</i> Penelitian	42
C. Populasi dan Sampel	42
D. Desain dan Definisi Operasional	44
E. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	47
F. Teknik Pengumpulan Data	48

G. Teknik Analisis Data.....	49
------------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	53
1. Gambaran Obyek Penelitian	53
2. Analisis Data	56
B. Pembahasan	71
1. Pengaruh <i>service quality</i> terhadap kepuasan anggota.	71
2. Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap kepuasan Anggota.....	72
3. Pengaruh <i>corporate image</i> terhadap kepuasan anggota.....	72
4. Pengaruh <i>service quality</i> terhadap loyalitas anggota	73
5. Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas anggota	74
6. Pengaruh <i>corporate image</i> terhadap loyalitas anggota.....	75
7. Pengaruh kepuasan terhadap loyalitas anggota	76
8. Pengaruh kepuasan dalam memediasi hubungan antara <i>service quality</i> terhadap loyalitas anggota	77
9. Pengaruh kepuasan dalam memediasi hubungan antara <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas anggota.....	77
10. Pengaruh kepuasan dalam memediasi hubungan antara <i>corporate image</i> terhadap loyalitas anggota	78

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	79
B. Saran-Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Anggota	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Desain dan Definisi Operasional	44
Tabel 4.1	Jumlah Responden	56
Tabel 4.2	Gender Responden	57
Tabel 4.3	Lama Menjadi Anggota.....	57
Tabel 4.4	Uji Validitas <i>Service Quality</i>	57
Tabel 4.5	Uji Validitas <i>Relationship Marketing</i>	58
Tabel 4.6	Uji Validitas <i>Corporate Image</i>	58
Tabel 4.7	Uji Validitas Kepuasan	59
Tabel 4.8	Uji Validitas Loyalitas	59
Tabel 4.9	Uji Realibilitas	59
Tabel 4.10	Uji Normalitas Persamaan I	60
Tabel 4.11	Uji Normalitas Persamaan II	60
Tabel 4.12	Uji Multikoloneritas Persamaan I.....	61
Tabel 4.13	Uji Multikoloneritas Persamaan II	61
Tabel 4.14	Uji Heteroskedastisitas Persamaan I.....	62
Tabel 4.15	Uji Heteroskedastisitas Persamaan II.....	62
Tabel 4.16	Uji Koefisien Determinasi Persamaan I	63
Tabel 4.17	Uji Koefisien Determinasi Persamaan II	63
Tabel 4.18	Uji F Persamaan I.....	64
Tabel 4.19	Uji F Persamaan II	64
Tabel 4.20	Uji T Persamaan I	65
Tabel 4.21	Uji T Persamaan II	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... 36
Gambar 4.1 Model Analisis Jalur 67

