

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN MUNAQOSAH</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISL</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Deskripsi Teori .....	10
1. <i>Sosial Exchange Theory</i> .....	10
2. <i>Relationship Marketing</i> .....	11
3. <i>Experiential Marketing</i> .....	16
4. <i>Shariah Compliance</i> .....	20
5. <i>Loyalitas Pelanggan</i> .....	22
6. <i>Kepuasan Pelanggan</i> .....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	30
C. Kerangka Berfikir .....	38
D. Hipotesis .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Pendekatan.....	47
B. Populasi dan Sampel .....	47
1. Populasi .....	47
2. Sampel .....	47
C. Identifikasi Variabel.....	48
D. Definisi Operasional Variabel .....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	55
F. Teknik Analisis Data.....	56
1. Analisis Deskriptif .....	56
2. Analisis <i>Struktural Equation Modelling (SEM)</i> .....	56

3.	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	57
4.	Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	57
5.	Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	59
G.	Uji Hipotesis .....	61
1.	Uji Hipotesis Pengaruh Langsung ( <i>Direct Effect</i> ) .....	61
2.	Analisis SEM dengan Efek Mediasi ( <i>Indirect Effect</i> ).....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Hasil Penelitian .....	63
1.	Gambaran Obyek Penelitian.....	63
2.	Analisis Data .....	76
B.	Pembahasan .....	91
1.	Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 .....	91
2.	Pengaruh <i>experiential marketing</i> terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 .....	93
3.	Pengaruh <i>shariah compliance</i> terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 .....	95
4.	Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 .....	97
5.	Pengaruh <i>relationship marketing</i> terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 sebagai variabel intervening .....	99
6.	Pengaruh <i>experiential marketing</i> terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 sebagai variabel intervening .....	101
7.	Pengaruh <i>shariah compliance</i> terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 sebagai variabel intervening .....	102
<b>BAB V PENUTUP</b>		
A.	Simpulan .....	105
B.	Saran .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Total Asset dan Jumlah Kantor Perbankan Syariah di Indonesia .....	1
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel .....	50
Tabel 3.2	Skala Likert .....	56
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	66
Tabel 4.2	Umur Responden .....	67
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden .....	67
Tabel 4.4	Frekuensi Variabel <i>Relationship Marketing</i> .....	68
Tabel 4.5	Frekuensi Variabel <i>Experiential Marketing</i> .....	69
Tabel 4.6	Frekuensi Variabel <i>Shariah Compliance</i> .....	71
Tabel 4.7	Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah .....	73
Tabel 4.8	Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah .....	75
Tabel 4.9	Hasil <i>Outer Loading</i> .....	77
Tabel 4.10	Nilai AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ) .....	78
Tabel 4.11	Hasil <i>Cross Loading</i> .....	79
Tabel 4.12	Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	81
Tabel 4.13	Nilai HTMT ( <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> ) .....	81
Tabel 4.14	Uji Reliabilitas .....	82
Tabel 4.15	Hasil <i>Collinearity Statistic</i> .....	84
Tabel 4.16	Nilai R-Square .....	84
Tabel 4.17	Nilai F-Square .....	85
Tabel 4.18	Nilai Q-Square .....	86
Tabel 4.19	Hasil Model Fit .....	87
Tabel 4.20	Hasil <i>Path Coefficients</i> .....	88
Tabel 4.21	Hasil <i>Specific Indirect Effect</i> .....	90

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	39
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BSI KC Kudus A. Yani 1 .....	65
Gambar 4.2	Full Inner Model Software SmartPLS.....	83

