

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Persembahan	v
Motto	vi
Abstrak	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Dattar Gambar	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6

2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Pengertian Pemasaran dan Manjemen Pemasaran	8
2.2.2 Konsep Pemasaran	10
2.2.3. Pemasaran Jasa	13
2.2.4 Perilaku Konsumen	23
2.2.5 Pengertian Bank	30
2.2.6 Kepuasan Nasabah	31
2.3 Kerangka Pemikiran	32
2.4 Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Penelitian ..	34
3.1.1 Gambaran Umum Responden	34
3.1.2 Gambaran Umum Perusahaan	34
3.2 Variabel Penelitian	42
3.3 Definisi Operasional Variabel	42
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data.....	44
3.4.1 Uji Kuesioner	44
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1 Jenis Data	45
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Populasi dan Sampel	46

3.6.1 Pengertian Populasi dan Sampel	46
3.6.2 Teknik Pengambilan dan Penentuan Jumlah Sampel	47
3.7 Teknik Analisis	48
3.7.1 Analisis Kualitatif	48
3.7.2 Analisis Kuantitatif	48
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	54
4.2 Analisis Deskriptif	57
4.3 Analisis Kuantitatif	61
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.3.2 Analisis Diagram Kartesius	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Hasil Uji Validitas	55
4.2 Hasil Pengujian Reliabilitas	56
4.3 Jenis Kelamin Responden	57
4.4 Usia Responden	58
4.5 Tingkat Pendidikan Responden	59
4.6 Pekerjaan Responden	60
4.7 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
4.8 Tingkat Kesesuaian dan Gap Harapan dan Kinerja pada Bank Pasar Bantul.	67
4.9 Koordinat Importance – Performance Analisis	72
4.10 Koordinat Importance – Performance Analisis per Dimensi	79

