

DAFTAR ISI

	Hal
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
1.4.1. Kegunaan Praktis.....	7
1.4.2. Kegunaan Akademis.....	7
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	7
1.5.1. Lokasi Penelitian.....	7
1.5.2. Waktu Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	9
2.1. Kajian Pustaka.....	9
2.1.1. Orientasi Pelanggan.....	9
2.1.2 <i>Customer Relationship Management</i>	10
2.1.2.1. Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	11
2.1.2.2. Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	12
2.1.2.3. Faktor yang mempengaruhi <i>Customer</i>	

Relationship Management.....	14
2.1.2.4. Manfaat Customer Relationship Manage- -ment.....	14
2.1.3. Produk.....	15
2.1.4. Atribut Produk.....	16
2.1.4.1. Definisi Atribut Produk.....	16
2.1.4.2. Indikator Atribut Produk.....	17
2.1.4.3. Manfaat Atribut Produk.....	19
2.1.5. Kepercayaan.....	21
2.1.5.1. Definisi Kepercayaan.....	22
2.1.5.2. Indikator Kepercayaan.....	23
2.1.5.3. Jenis-Jenis Kepercayaan.....	25
2.1.5.4. Komponen Kepercayaan.....	25
2.1.6. Loyalitas Nasabah.....	26
2.1.6.1. Definisi Loyalitas Nasabah.....	26
2.1.6.2. Indikator Loyalitas Nasabah.....	28
2.1.6.3. Faktor-faktor yang Membentuk Loyalitas Nasabah	29
2.1.6.4. Tahap-tahap Pertumbuhan Loyalitas Nasa- -bah.....	30
2.1.7. PenelitianTerdahulu.....	31
2.2. Kerangka Pemikiran.....	38
2.3. Hipotesis.....	42
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Objek Penelitian.....	43
3.1.1. Sejarah Program Unit Pelaksana Kegiatan (UPK)..	43
3.1.2. UPK Kabupaten Tasikmalaya.....	48
3.1.2.1. Tujuan Unit Pelaksana Kegiatan (UPK)....	50
3.1.2.2. Kepengurusan Unit Pelaksana Kegiatan- (UPK) Kabupaten Tasikmalaya.....	50

3.1.2.3. Program Kerja Asosiasi UPK-DAPM Kab. Tasikmalaya.....	51
3.2. Metode Penelitian.....	54
3.2.1. Desain Penelitian.....	54
3.2.2. Operasionalisasi Variabel.....	55
3.2.3. Jenis dan Sumber Data	58
3.2.2.1 Jenis Data.....	58
3.2.2.2 Sumber Data.....	58
3.2.4. Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.2.5. Populasi dan Sampel.....	60
3.2.5.1 Populasi.....	60
3.2.5.2 Sampel.....	60
3.2.6. Analisis Data Penelitian.....	63
3.2.6.1 Uji Instrumen.....	63
3.2.6.2 Nilai Jenjang Interval.....	67
3.2.6.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	68
3.2.6.4 Pengujian Hipotesis	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	74
4.1 Hasil Penelitian	74
4.1.1 Karakteristik Responden	74
4.1.2 Pengujian Instrumen Penelitian	76
4.1.2.1 Uji Validitas	76
4.1.2.2 Uji Realibilitas	78
4.1.3 Analisis Deskriptif	79
4.1.3.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	79
4.1.3.2 Atribut Produk	89
4.1.3.3 Kepercayaan	98
4.1.3.4 Loyalitas	103
4.2 Pembahasan	110
4.2.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	
Nasabah UPK-DAPM Kab. Tasikmalaya	110

4.2.2 Atribut Produk UPK-DAPM Kab Tasikmalaya.....	111
4.2.3 Kepercayaan Nasabah UPK-DAPM Kab Tasikmalaya	113
4.2.4 Loyalitas Nasabah UPK-DAPM Kab. Tasikmalaya..	114
4.2.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	115
4.2.5.1 Analisis Data	115
4.2.5.2 Pengujian Hipotesis	119
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	124
5.1 Simpulan	124
5.2 Saran	124
DAFTAR PUSTAKA.....	126