

DAFTAR ISI


ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Pemasaran.....	11
1. Pengertian Pemasaran.....	11
2. Konsep Pemasaran.....	12
B. Jasa	14
1. Pengertian Jasa	14
2. Karakteristik Jasa	15
3. Klasifikasi Jasa.....	16
C. Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>).....	18
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	18
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	19
3. Manfaat Loyalitas.....	21
4. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	22
5. Indikator Loyalitas	23
6. Tingkatan Loyalitas Pelanggan	24
D. <i>Relationship Marketing</i>	26

1. Pengertian <i>Relationship Marketing</i>	26
2. Tujuan <i>Relationship Marketing</i>	28
3. Dimensi <i>Relationship Marketing</i>	28
a. <i>Trust</i>	29
b. <i>Commitment</i>	30
c. <i>Communication</i>	31
4. Hubungan <i>Relationship Marketing</i> dengan Loyalitas Pelanggan	35
a. Hubungan <i>Trust</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	36
b. Hubungan <i>Commitment</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	36
c. Hubungan <i>Communication</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	36
E. Kerangka Pemikiran	37
F. Hipotesis	38
G. Penelitian yang Relevan	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Jenis Penelitian	41
B. Pendekatan Penelitian.....	41
C. Sumber Data	42
D. Teknik Pengumpulan Data	43
E. Populasi dan Sampel.....	44
F. Defenisi Operasional	46
G. Instrumen Penelitian.....	48
H. Pengujian Instrumen Penelitian.....	48
I. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Gambaran Objek Penelitian	55
1. Sejarah Berdirinya G-Sports Center	55
2. Layanan G-Sports Center	56
3. Visi dan Misi G-Sports Center.....	56
4. Struktur Organisasi	57

B. Hasil Penelitian	57
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
2. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	59
3. Hasil Analisis Data.....	61
a. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian.....	61
b. Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	67
c. Uji Determinasi (R^2)	68
C. Pembahasan	69
BAB V PENUTUP	77
A. Kesimpulan.....	77
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 4.1	Struktur Organisasi.....	57



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Harga Layanan G-Sorts Center Padang	4
Tabel 1.2	Data Member G-Sports Center	6
Tabel 2.1	Klasifikasi Jasa	16
Tabel 2.2	Tangga Loyalitas	25
Tabel 3.1	Operasional Variabel	47
Tabel 3.2	Pemberian Skor Skala Likert	48
Tabel 3.3	Rentang Skala TCR	52
Tabel 3.4	Klasifikasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas	60
Tabel 4.4	Hasil Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Trust</i>	62
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Commitment</i>	63
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Communication</i>	64
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Loyalitas</i>	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Korelasi PPM	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

UIN IMAM BONJOL
PADANG