

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR PUSTAKA	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	14
1.2.1 Identifikasi Masalah	14
1.2.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	16
1.3.1 Tujuan Penelitian	16
1.3.2 Kegunaan Penelitian	16

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	18
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	18
2.1.2 <i>Konsep Customer Experience</i>	22
2.1.3 Loyalitas	37
2.1.3.1 Definisi Loyalitas	37
2.1.3.2 Perspektif Loyalitas.....	40
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas.....	41
2.1.3.4 Jenis Loyalitas.....	43
2.1.3.5 Tahapan Loyalitas.....	44
2.1.3.6 Karakteristik Loyalitas.....	47

2.1.3.7. Rancangan Loyalitas.....	48
2.1.3.8 Manfaat Loyalitas.....	50
2.1.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Loyalitas.....	52
2.1.5 Hasil Penelitian Terdahulu	54
2.2 Kerangka Pemikiran.....	55
2.3 Hipotesis.....	59
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	61
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	61
3.2.1 Metode Penelitian	61
3.2.2 Desain Penelitian.....	63
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	63
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.4.1 Jenis Data.....	69
3.4.2 Sumber Data.....	70
3.4.3 Teknik Pengumpulan Data	71
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	72
3.5.1 Populasi	72
3.5.2 Sampel	73
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel.....	74
3.6 Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	75
3.6.1 Rancangan Analisis Data.....	75
3.6.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	76
3.6.2.1 Pengujian Validitas.....	76
3.6.2.2 Pengujian Reliabilitas.....	80

3.6.3 Teknik Analisis Data.....	82
3.6.4 Koefisien Determinasi	86
3.6.5 Rancangan Uji Hipotesis.....	87

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	89
4.1.1 Tinjauan Umum Objek Penelitian	89
4.1.1.1 Gambaran Umum BTN Syariah Bandung.....	89
4.1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan.....	90
4.1.1.3 Struktur Organisasi BTN Syariah Bandung.....	91
4.1.1.4 Program <i>Customer Experience</i> BTN Syariah Bandung.....	92
4.1.1.5 Gambaran Umum Karakteristik dan Pengalaman Responden.....	93
4.1.1.5.1 Gambaran Umum Karakteristik Responden.....	93
4.1.1.5.2 Gambaran Umum Pengalaman Responden.....	97
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	102
4.1.2.1 Gambaran Program <i>Customer Experience</i>	102
4.1.2.2 Gambaran Loyalitas Nasabah.....	118
4.1.3 Hasil pengujian Statistik.....	125
4.1.3.1 Uji Asumsi Normalitas.....	125
4.1.3.2 Uji Asumsi Heterokedastisitas.....	127
4.1.3.3 Koefisien Korelasi.....	127
4.1.3.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	129
4.1.3.5 Koefisien Determinasi.....	130
4.1.3.6 Pengujian Hipotesis.....	131
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	132

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 136

5.2 Saran..... 137

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Bank Syariah Tahun 2010-2013.....	1
Tabel 1.2 Pertumbuhan Aset, DPK, dan Penyaluran Dana BUS dan UUS Tahun 2010-20135.....	2
Tabel 1.3 Bandung <i>Service Excellence</i> Award 2012.....	6
Tabel 1.4 Data Nasabah BTN Syariah Kantor Cabang Bandung Tahun 2010-2012....	8
Tabel 1.5 Jumlah Rekening Pasif Tabungan Batara iB BTN Kantor Cabang Bandung 2010-2012.....	9
Tabel 1.6 Jumlah Penutupan Rekening Tabungan Batara iB 2010-2012 BTN Syariah kantor Cabang Bandung.....	10
Tabel 2.1 Pergeseran Konseptual Pemasaran.....	21
Tabel 2.2 <i>Customer Dominant Logic</i> Versus <i>Provider Dominant Logic</i>	22
Tabel 2.3 Definisi <i>Customer Experience</i>	24
Tabel 2.4 <i>Tree Types of Clues</i>	28
Tabel 2.5 Definisi Loyalitas.....	38
Tabel 2.6 Jenis-jenis Loyalitas.....	43
Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu.....	54
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	64
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	70
Tabel 3.3 Pola Skoring Kuisisioner Skala Lima.....	76
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Prtogram <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas.....	78

Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas Prtogram <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas.....	82
Tabel 3.6 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	85
Tabel 3.7 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Determinasi.....	86
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	94
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	95
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	96
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	97
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Mengenai Alasan Menggunakan Jasa BTN Syariah.....	98
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Mengenai Kantor Cabang Yang Sering Dikunjungi.....	99
Tabel 4.8 Pengalaman Responden Mengenai Alasan Bertransaksi di Kantor Cabang Syariah Bandung.....	100
Tabel 4.9 Pengalaman Responden Mengenai Frekuensi Bertransaksi di Kantor Cabang Syariah Bandung.....	101
Tabel 4.10 Pengalaman Responden Mengenai Jasa Perbankan Lain Yang Digunakan Selain BTN Syariah.....	101
Tabel 4.11 Tanggapan Nasabah Tabungan Batara iB KCS Bandung Mengenai <i>Customer Experience</i> Dimensi <i>Sensory Experience</i>	102
Tabel 4.12 Tanggapan Nasabah Tabungan Batara iB KCS Bandung Mengenai <i>Customer Experience</i> Dimensi <i>Affective Experience</i>	104
Tabel 4.13 Tanggapan Nasabah Tabungan Batara iB KCS Bandung Mengenai <i>Customer Experience</i> Dimensi <i>Cognitive Experience</i>	105
Tabel 4.14 Tanggapan Nasabah Tabungan Batara iB KCS Bandung Mengenai	

<i>Customer Experience</i> Dimensi <i>Behavioral Experience</i>	110
Tabel 4.15 Tanggapan Nasabah Tabungan Batara iB KCS Bandung Mengenai <i>Customer Experience</i> Dimensi <i>Relational Experience</i>	112
Tabel 4.16 Rekapitulasi Tanggapan <i>Customer Experience</i> BTN Kantor Cabang Syariah Bandung.....	114
Tabel 4.17 Tanggapan Nasabah Tabungan Batara iB KCS Bandung Mengenai Loyalitas.....	118
Tabel 4.18 Tingkat Loyalitas Nasabah BTN Syariah.....	123
Tabel 4.19 Koefisien Korelasi.....	128
Tabel 4.20 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	129
Tabel 4.21 Koefisien Determinasi.....	130



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pangsa Pasar 10 Besar Bank Syariah di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 <i>Service to Care Indeks</i> Bank Syariah 2011-2012.....	4
Gambar 1.3 Indeks <i>Service to Care</i> Per Dimensi Bank Syariah.....	5
Gambar 1.4 <i>Indonesian Bank Loyalty Award 2012</i> (Kategori <i>Saving Account Islamic Banking</i>).....	7
Gambar 1.5 Gambaran Kegiatan Menabung Nasabah BTN Syariah Bandung.....	10
Gambar 1.6 Gambaran Alasan Menggunakan Tabungan Batara iB.....	12
Gambar 2.1 <i>Its All Star with The Clues</i>	27
Gambar 2.2 <i>Experience Auditing Steps</i>	30
Gambar 2.3 Model <i>Customer Experience in Banking Sector</i>	33
Gambar 2.4 <i>What Affects Customer Loyalty</i>	42
Gambar 2.5 <i>Profit Generator System</i>	47
Gambar 2.6 <i>Design Customer Loyalty</i>	50
Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran.....	58
Gambar 2.8 Paradigma Penelitian.....	59
Gambar 4.1 Stuktur Perusahaan BTN Syariah Bandung.....	91
Gambar 4.2 Hasil Kontinum <i>Customer Experience</i>	117
Gambar 4.3 Hasil Kontinum Loyalitas.....	122
Gambar 4.4 Piramida Loyalitas Nasabah BTN Syariah.....	124

Gambar 4.5 Diagram Kartesius *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Nasabah Batara iB.....126

Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....127

