

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat penelitian.....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1 Landasan teori .....	9
2.1.1 Pengertian <i>Relationship Marketing</i> .....	9
2.1.1.1 Tujuan <i>Relationship Marketing</i> .....	9
2.1.1.2 Manfaat <i>Relationship Marketing</i> .....	9
2.1.1.3 Dimensi <i>Relationship Marketing</i> .....	10
2.1.2 Loyalitas Konsumen .....	14
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Kerangka Berpikir .....	17
2.4 Rumusan Hipotesis .....	17
2.4.1 Hubungan Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) dengan Loyalitas Konsumen.....	17
2.4.2 Hubungan Komitmen ( <i>Commitment</i> ) dengan Loyalitas Konsumen...	18
2.4.3 Hubungan Komunikasi ( <i>Communication</i> ) dengan Loyalitas Konsumen .....	19
2.4.4 Hubungan Penanganan Masalah ( <i>Conflict handling</i> ) dengan Loyalitas Konsumen .....	20

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
3.3 Populasi dan Sampel.....	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel.....	23
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.6 Operasional Variabel .....	25
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.7.1 Uji Validitas .....	30
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	31
3.8 Analisis Data .....	31
3.8.1 Penilaian Atas Masing – Masing Variabel.....	31
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.9 Pengujian Hipotesis .....	36
3.9.1 Uji Signifikikasi Parameter Individual (Uji- t).....	36
3.9.2 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	39
4.1.1 Profil AUTO 2000 .....	39
4.1.2 Visi dan Misi AUTO 2000.....	41
4.1.3 Alamat Perusahaan AUTO 2000 Manyar Gresik.....	41
4.1.4 Struktur Organisasi .....	42
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	43
4.2.2 Usia Responden.....	43
4.2.3 Pekerjaan Responden .....	44
4.2.4 Pembelian Mobil Responden .....	45
4.2.5 Servis ke Dealer AUTO 2000 (Bukan di AUTO 2000 Manyar) .....	45
4.2.6 Berkunjung ke Toyota AUTO 2000 Manyar .....	46
4.2.7 Tipe Pengguna Kendaraan Responden.....	46

4.3 Hasil Uji Validitas.....	47
4.4 Deskripsi Variabel Penelitian.....	49
4.4.1 Variabel Kepercayaan.....	49
4.4.2 Variabel Komitmen .....	51
4.4.3 Variabel Komunikasi .....	52
4.4.4 Variabel Penanganan Masalah.....	53
4.4.5 Variabel Loyalitas Konsumen .....	54
4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
4.6 Asumsi Klasik .....	55
4.6.1 Uji Normalitas .....	55
4.6.2 Uji Multikolinearitas .....	57
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas .....	58
4.6.4 Uji Autokorelasi.....	58
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	59
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis .....	60
4.8.1 Hasil Pengujian Uji t (Parsial) .....	60
4.8.2 Hasil pengujian Uji R <sup>2</sup> .....	62
4.9 Pembahasan.....	62
4.9.1 Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Toyota AUTO 2000 Manyar Gresik .....	62
4.9.2 Pengaruh komitmen terhadap loyalitas konsumen Toyota AUTO 2000 Manyar Gresik .....	63
4.9.3 Pengaruh komunikasi terhadap loyalitas konsumen Toyota AUTO 2000 Manyar Gresik .....	64
4.9.4 Pengaruh penanganan masalah terhadap loyalitas konsumen Toyota AUTO 2000 Manyar Gresik .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan .....	67
5.2 Saran.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>