

## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	10
1.3. Rumusan Masalah .....	15
1.4. Batasan Masalah .....	16
1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	16
1.6. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	18
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Teori .....	19
2.1.1. Pemasaran .....	19
2.1.2. New Wave Marketing .....	20
2.1.3. Co-Branding .....	29
2.1.4. Jasa .....	31
2.1.5. Keputusan Pembelian .....	32
2.1.6. Kepuasan Pelanggan .....	36
2.2. Penelitian Terdahulu .....	39
2.3. Kerangka Pemikiran .....	46
2.4. Hipotesis .....	47
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis/Desain Penelitian.....	48
3.2. Variabel Penelitian .....	48
3.2.1. Definisi Konsep .....	49
3.2.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	51
3.3. Populasi dan Sampel .....	52
3.3.1. Populasi Penelitian .....	52

3.3.2. Sampel Penelitian .....	53
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	54
3.5. Teknik dan Pengumpulan Data .....	55
3.6. Metode Analisis Data .....	56
3.6.1. Pengujian Instrumen .....	57
3.6.1.1. Uji Validitas.....	57
3.6.1.2. Uji Reabilitas .....	58
3.6.2. Uji Asumsi Klasik .....	59
3.6.2.1. Uji Normalitas .....	59
3.6.2.2. Uji Multikolinearitas.....	60
3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	60
3.6.3. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	62
3.6.4. Uji Signifikansi .....	65
3.6.4.1. Uji Koefisien Diterminasi atau $R^2$ .....	65
3.6.4.2. Uji Statistik - t .....	65
3.6.4.3. Uji Statistik – F.....	66
3.6.5. Analisis Antar Dimensi .....	66

#### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Perusahaan .....	69
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	69
4.1.2. Lingkup dan Bidang Usaha .....	70
4.1.3. Sumber Daya .....	72
4.1.4. Tantangan Bisnis Perusahaan.....	73
4.1.5. Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis .....	75
4.2. Hasil Penelitian .....	76
4.2.1. Karakteristik Responden .....	76
4.2.2. Uji Validitas .....	77
4.2.3. Uji Reliabilitas.....	78
4.2.4. Uji Normalitas .....	79
4.2.5. Interpretasi Hasil .....	80
4.2.6. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1 .....	81
4.2.7. Hasil Uji Analisis Jalur Model 2 .....	86
4.2.8. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1 dan 2 .....	92
4.2.9. Matriks Korelasi Antar Dimensi .....	94
4.3. Pembahasan .....	97
4.3.1. Analisis Jalur Model 1 .....	98
4.3.1.1. Pengaruh <i>Co-creation</i> terhadap Keputusan Nasabah .....	98

4.3.1.2. Pengaruh <i>Communal Activation</i> terhadap Keputusan Nasabah.....	100
4.3.1.3. Pengaruh <i>Caring</i> terhadap Keputusan Nasabah	102
4.3.1.4. Pengaruh <i>Co-creation, Communal Activation</i> dan <i>Caring</i> terhadap Keputusan Nasabah .....	104
4.3.2. Analisis Jalur Model 2.....	106
4.3.2.1. Pengaruh <i>Co-creation</i> terhadap Kepuasan Nasabah .....	106
4.3.2.2. Pengaruh <i>Communal Activation</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	106
4.3.2.3. Pengaruh <i>Caring</i> terhadap Kepuasan Nasabah	108
4.3.2.4. Pengaruh Keputusan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah .....	112
4.3.2.5. Pengaruh <i>Co-creation, Communal Activation, Caring</i> dan Keputusan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah .....	114
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Kesimpulan .....	117
5.2. Saran .....	119
5.2.1. Saran Untuk Perusahaan.....	119
5.2.2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya .....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN .....	128
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	158