

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	12
1.3. Rumusan Masalah .....	12
1.4. Tujuan Penelitian .....	13
1.5. Manfaat Penelitian .....	14
1.6. Batasan Masalah .....	14
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1. Konsep Pemasaran dan Jasa Perbankan .....	15
2.2. Konsep <i>Market Driven Strategy</i> .....	15

2.3. Kualitas Layanan.....	18
2.4. Citra Merek .....	20
2.5. Promosi .....	21
2.6. Kepuasan Nasabah .....	22
2.7. Penelitian Terdahulu .....	24
2.8. Kerangka Pemikiran.....	27
2.9. Hipotesis.....	28

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Variabel Bebas ( <i>Independent</i> ).....	32
3.3. Variabel Terikat ( <i>Dependent</i> ) .....	34
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5. Data dan Metode Pengumpulan Data .....	37
3.6. Populasi dan Sampel .....	39
3.7. Teknik Analisis Data.....	41
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda .....	46

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

4.1. Deskripsi Perusahaan .....	52
4.2. Hasil Penelitian .....	60
4.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	64
4.4. Analisis Deskriptif Variabel.....	67

4.5. Hasil Pengujian Hipotesis .....	74
4.6. Korelasi Antar Dimensi.....	79
4.7. Pembahasan Penelitian.....	81

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	82
5.2. Saran Berdasarkan Hasil Penelitian .....	84
5.3. Saran Penerapan <i>Market Driven Strategy</i> dan <i>Marketing Mix</i> .....	86

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	95
<b>LAMPIRAN</b> .....	99
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	120

