

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	14
1.4.1. Aspek Teoritis	14
1.4.2. Aspek Praktis	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Pustaka	16
2.1.1. Kinerja Pelayanan	16
2.1.2. Kelekatan Emosional	23
2.1.3. Merk Emosional	28
2.1.4. Penelitian Terdahulu	33
2.2. Kerangka Pemikiran	36
2.1.1. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Kelekatan Emosional pada PT. Jamkrida Jabar.....	36
2.1.2. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Merk	

Emosional pada PT. Jamkrida Jabar.....	36
2.2.3. Pengaruh Kelekatan Emosional terhadap Merk Emosional pada PT. Jamkrida Jabar.....	36
2.2.4. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional melalui Kelekatan Emosional pada PT. Jamkrida Jabar.....	37
2.3. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	41
3.2. Operasionalisasi Variabel	42
3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data	44
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5. Uji Validitas dan Realibilitas.....	48
3.6. Rancangan Analisis Data dan Ujian Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil PT. Jamkrida Jabar	60
4.2. Hasil Penelitian	65
4.2.1. Uji Validitas dan Ralibilitas.....	66
4.2.2. Data Penelitian.....	69
4.3. Analisis Jalur.....	74
4.3.1. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Kelekatan Emosional.....	74
4.3.2. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional	75
4.3.3. Pengaruh Kelekatan Emosional terhadap Merk Emosional.....	78
4.3.4. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional melalui kelekatan emosional	78

4.4. Uji Hipotesis	79
4.4.1. Pengujian Hipotesis Kinerja Pelayanan terhadap Kelekatan Emosional.....	80
4.4.2. Pengujian Hipotesis Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional.....	80
4.4.3. Pengujian Hipotesis Kelekatan Emosional terhadap Merk Emosional	82
4.4.4. Pengujian Hipotesis Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional melalui Kelekatan Emosional	83
4.4.5. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan	90
5.2. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Karakteristik Institusi Penjamin Kredit di beberapa negara	2
Tabel 1.2.	Rencana dan Realisasi Volume Penjaminan Kredit PT Jamkrida Jabar Tahun 2013	7s
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1.	Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 4.1.	Uji Validitas Variabel Kinerja Pelayanan (X)	66
Tabel 4.2.	Uji Validitas Variabel Kelekatan Emosional (Y)	67
Tabel 4.3.	Uji Validitas Variabel Merk Emosional (Z)	68
Tabel 4.4.	Uji Realibilitas Variabel Penelitian.....	69
Tabel 4.5.	Hasil Deskriptif Variabel Kinerja Pelayanan (X)	71
Tabel 4.6.	Hasil Deskriptif Variabel Kelekatan Emosional.....	72
Tabel 4.7.	Hasil Deskriptif Variabel Merk Emosional	73
Tabel 4.8.	Hasil Koefisien Jalur Kinerja Pelayanan terhadap Kelekatan Emosional	75
Tabel 4.9	Hasil Koefisien Determinasi Kinerja Pelayanan terhadap Kelekatan Emosional	75
Tabel 4.10.	Hasil Koefisien Jalur Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional.....	75
Tabel 4.11.	Hasil Koefisien Determinasi Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional	76
Tabel 4.12.	Hasil Koefisien Jalur Kelekatan Emosional terhadapMerk Emosional.....	77
Tabel 4.13.	Hasil Koefisien Determinasi Kelekatan Emosional terhadap Merk Emosional	77
Tabel 4.14.	Hasil Koefisien Jalur Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional melalui Kelekatan Emosional	78

Tabel 4.15. Hasil Koefisien Determinasi Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional melalui Kelekatan Emosional	78
Tabel 4.16. Pengujian Hipotesis Kinerja Pelayanan terhadap Kelekatan Emosional.....	79
Tabel 4.17. Pengujian Hipotesis Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional	81
Tabel 4.18. Pengujian Hipotesis Kelekatan Emosional terhadap Merk Emosional	82
Tabel 4.19. Pengujian Hipotesis Simultan Kinerja Pelayanan dan Kelekatan Emosional, implikasinya terhadap merk Emosional	84
Tabel 4.20. Pengujian Hipotesis Parsial Kinerja Pelayanan dan Kelekatan Emosional, implikasinya terhadap merk Emosional	85
Tabel 4.21. Pengaruh Langsung Kinerja Pelayanan terhadap Kelekatan Emosional	86
Tabel 4.22. Pengaruh Langsung Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional	87
Tabel 4.23. Pengaruh Langsung Kelekatan Emosional terhadap Merk Emosional.....	87
Tabel 4.24. Pengaruh Kinerja Pelayanan terhadap Merk Emosional melalui Kelekatan Emosional	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian	40
Gambar 3.1	Model Analisis Jalur	52
Gambar 4.1	Diagram Jalur Keseluruhan	86



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisoner Penelitian
- Lampiran 2a. Jawaban Responden Varibael X
- Lampiran 2b. Jawaban Responden Varibael Y
- Lampiran 2c. Jawaban Responden Varibael Z
- Lampiran 3a. Hasil Succesive Interval Method Variabel X
- Lampiran 3b. Hasil Succesive Interval Method Variabel Y
- Lampiran 3c. Hasil Succesive Interval Method Variabel Z
- Lampiran 4 Output SPSS
- Lampiran 5 Tabel F
- Lampiran 6 Nilai Kritis Distribusi t
- Lampiran 7 Nilai-nilai r Product Momemnt

