

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Hal
1	<i>Transaction Marketing Versus Relationship Marketing</i>	10
2	Perbedaan dan Persamaan dengan Penelitian Terdahulu	27
3	Konsep, Variabel, Indikator dan Item Penelitian	33
4	Hasil Uji Validitas	40
5	Hasil Uji Reliabilitas	41
6	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	43
7	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
8	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	57
9	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	58
10	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
11	Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	59
12	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Bertransaksi	59
13	Distribusi Frekuensi Variabel Keuntungan Bersama (X1)	60
14	Distribusi Frekuensi Variabel Komitmen (X2)	62
15	Distribusi Frekuensi Variabel Kebenaran (X3)	64
16	Distribusi Frekuensi Variabel Komunikasi (X4)	66
17	Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Kepuasan Nasabah (Y)	68
18	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Variabel <i>Relationship Marketing</i> terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah	70