

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR TABEL	X
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	11
1.1.1 Profil Perusahaan	11
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	11
1.1.3 Logo dan Makna Logo	12
1.1.4 Produk	13
1.2 Latar Belakang	15
1.3 Rumusan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	21
1.5 Manfaat Penelitian	21
1.6 Batasan Masalah	22
1.7 Sistematika Penulisan laporan akhir	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Tinjauan Pustaka	23
2.1.1 Pemasaran	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	23
2.1.3 <i>Customer relationship management (CRM)</i>	24
2.1.4 Tujuan <i>Customer relationship management (CRM)</i>	25
2.1.5 Manfaat <i>Customer relationship management (CRM)</i>	26
2.1.6 Dimensi <i>Customer relationship management (CRM)</i>	27
2.1.7 Program Loyalitas	29
2.1.8 Loyalitas Pelanggan	29

2.1.9 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Jenis Penelitian	38
3.3 Tahapan Penelitian	38
3.4 Populasi dan Sampel.....	40
3.5 Pengumpulan data	42
3.6 Uji Keabsahan Data	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian.....	49
4.1.1 Deskripsi Informan.....	49
4.1.2 Hasil Wawancara	50
4.1.3 Hasil Observasi	61
4.1.4 Hasil Dokumentasi	63
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.2.1 Perencanaan program CRM	73
4.2.2 Penerapan program CRM.....	75
4.2.3 Evaluasi Program CRM	79
4.2.4 Loyalitas Pelanggan Setelah Penerapan Program CRM.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	98