

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Starbucks	1
1.1.2 Logo Starbucks	2
1.1.3 Visi dan Misi Starbucks	2
1.1.4 Jenis Produk Starbucks	3
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Perumusan Masalah	11
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran	13
2.1.2 Bauran Pemasaran	13
2.1.3 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.1.4 Komponen <i>Customer Relationship Management</i>	19
2.1.5 Elemen - Elemen <i>Customer Relationship Management</i>	20
2.1.6 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	21
2.1.7 Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	22
2.1.8 Pengertian Loyalitas Pelanggan	23
2.1.9 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	23
2.1.10 Elemen - Elemen Loyalitas Pelanggan	24
2.1.11 Strategi Loyalitas Pelanggan	24
2.1.12 Penelitian Terdahulu	25

2.2	Kerangka Pemikiran	27
2.3	Hipotesis Penelitian	28
2.4	Ruang Lingkup Penelitian	29
2.5	Batasan Masalah	29
BAB III METODE PENELITIAN		30
3.1	Jenis Penelitian	30
3.1.1	Jenis Data	31
3.2	Variabel Operasional	32
3.2.1	Skala Pengukuran	35
3.3	Tahapan Penelitian	36
3.4	Populasi dan Sampel	38
3.4.1	Populasi	38
3.4.2	Sampel	38
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	39
3.5	Teknik Pengumpulan Data	40
3.6	Alat Ukur Penelitian	41
3.6.1	Uji Validitas	41
3.6.2	Uji Reliabilitas	43
3.7	Teknik Analisis Data	43
3.7.1	Analisis Deskriptif	43
3.7.2	Uji Normalitas	46
3.7.3	Koefisien Determinasi (Uji R Square)	46
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	47
3.8	Uji Hipotesis	48
3.8.1	Uji T (Parsial)	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	Hasil Uji Validitas	54
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	55

4.3	Hasil Analisis Deskriptif	57
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Customer Relationship Management</i>	57
4.3.2	Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan	64
4.3.3	Hasil Uji Normalitas	72
4.3.4	Hasil Koefisien Determinasi (Uji R Square)	73
4.3.5	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	74
4.3.6	Hasil Uji T (Parsial)	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	79
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	79
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		81