

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
SAMPUL BELAKANG	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DATAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Logo dan Filsafat Logo.....	3
1.1.4 Nilai-Nilai Perusahaan.....	4
1.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	6
1.1.6 Lokasi Bjb Cabang Buah Batu Bandung.....	11
1.2 Latar Belakang.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Kegunaan penelitian.....	17
1.6 Batasan Masalah.....	18
1.7 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II LANDASAN TEORI	20
2.1 Pemasaran.....	20
2.2 Manajemen Pemasaran.....	21

2.3 Pemasaran Jasa.....	21
2.4 Pemasaran Perbankan	22
2.5 Bauran Pemasaran Jasa.....	23
2.6 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	24
2.7 Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	25
2.8 Proses <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	26
2.9 Strategi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	29
2.10 Tataran <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Pengumpulan data	31
3.2.1 Sumber Data.....	31
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3 Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Tujuan <i>Customer Relationship Management Bank Bjb</i>	36
4.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management Bank Bjb</i>	36
4.3 Proses <i>Customer Relationship Management Bank Bjb</i>	37
4.3 Program <i>Customer Relationship Management Bank Bjb</i>	40
4.4. Strategi <i>Customer Relationship Management (CRM) Bank Bjb</i>	45
4.4 Tataran <i>Customer Relationship Management</i> yang dilakukan oleh Bank Bjb.....	46
4.5 Ukuran Keberhasilan <i>Customer Relationship Management Bank Bjb</i>	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57