

DAFTAS ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAS ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Sejarah Starbuck.....	1
1.1.2 Logo Starbucks.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Starbucks	2
1.1.4 Produk Starbucks.....	3
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	4
1.3 Perumusan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	10
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pembahasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran.....	12
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.3 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	13
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.5 <i>Repeat Purchase</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.2.1 Skripsi.....	19

2.2.2 Jurnal Internasional	21
2.2.3 Jurnal Nasional	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.3.1 Variabel <i>Customer Relation Management</i>	25
2.3.2 Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	25
2.3.3 Variabel <i>Repeat Purchase</i>	25
2.4 Hipotesis Penelitian	27
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	29
3.2.1 Variabel Operasional.....	29
3.2.2 Skala Pengukuran	41
3.3 Tahapan Penelitian	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	43
3.4.1 Populasi	43
3.4.2 Sampel	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1 Data Primer.....	45
3.5.2 Data Sekunder	45
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.6.1 Uji Validitas	45
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.1 Uji Normalitas	49
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	49
3.7.3 Uji Autokorelasi	50
3.8 Teknik Analisis Data	51
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.8.2 <i>Methods Successive Internal</i> (MSI)	52
3.8.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	53
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Pengumpulan Data Karakteristik Responden	57
4.2 Karakteristik Responden	57

4.2.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
4.3	Teknik Analisis Data	61
4.3.1	Hasil Analisis Deskriptif	61
4.3.1	Analisis Deskriptif <i>Customer Relationship Management</i>	62
4.3.2	Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	70
4.3.3	Analisis Deskriptif <i>Repeat Purchase</i>	74
4.4	<i>Method Successive Interval (MSI)</i>	78
4.5	Uji Asumsi Klasik	79
4.5.1	Uji Normalitas	79
4.5.2	Uji Multikolinearitas	81
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas	81
4.5.4	Uji Autokorelasi	82
4.6	Perhitungan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	83
4.6.1	Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural Hipotesis.....	83
4.6.2	Menghitung Koefisien Jalur berdasarkan Koefisien Regresi	84
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran	103
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan	103
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	103
	DAFTAR PUSTAKA	105
	LAMPIRAN	