

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	2
1.1.1 Logo Perusahaan.....	2
1.1.2 Profil Perusahaan	2
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
1.5.1 Manfaat Praktis.....	15
1.5.2 Manfaat Teoritis.....	15
1.6 Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu	17
2.1.1 Manajemen.....	17
2.1.2 Pemasaran	18
2.1.3 Manajemen Pemasaran	19

2.1.4 Customer Relationship Management (CRM)	19
2.1.5 Customer Trust	23
2.1.6 <i>Customer Loyalty</i>	24
2.1.7 Penelitian Terdahulu	25
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.3 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Operasionalisasi Variabel	38
3.2.1 Skala Pengukuran	43
3.3 Tahapan Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel	47
3.4.1 Populasi	47
3.4.2 Sampel	47
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data	48
3.5.1 Sumber Data	49
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
3.6.1 Uji Validitas	49
3.6.2 Uji Reliabilitas	49
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.7.1 Structural Equation Modeling (SEM)	50
3.7.2 Partial Least Square (PLS)	51
3.7.3 Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Karakteristik Responden	55
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
4.2 Hasil Penelitian	62
4.2.1 Hasil Uji Outer Model	62
4.2.2 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	68
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	81
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	90