

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>15</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>15</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	15
1.2 Tujuan Penelitian .....	24
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	25
1.4 Manfaat Penelitian .....	25
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	25
1.4.2 Manfaat Praktis, .....	25
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	25
1.5.1 Waktu Penelitian .....	25
1.5.2 Lokasi Penelitian .....	26
<b>BAB II</b> .....	<b>27</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>27</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	27
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	27
2.1.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	28
2.1.1.3 Elemen Komunikasi Pemasaran .....	28
2.1.1.3 Integrated Marketing Communication .....	29
2.1.2 <i>Customer Relationship Management</i> .....	30
2.1.2.1 Pengertian <i>Customer Relationship management</i> .....	31
2.1.2.2 Proses <i>Customer Relationship management</i> .....	32
2.1.2.3 Tujuan dan Manfaat <i>Customer Relationship management</i> .....	33
2.1.2.4 Dimensi Membangun <i>Customer Relationship management</i> .....	35
2.1.2.5 Delapan elemen didalam sistem <i>Customer Relationship management</i> (CRM) .....	36
2.1.3 Kepuasan Konsumen .....	37
2.1.3.2 Faktor Pendorong dari Kepuasan Konsumen .....	38
2.1.3.3 Faktor - faktor yang Mempengaruhi Persepsi dan Harapan Konsumen	

2.1.3.4	Customer Retention.....	39
2.1.4	Loyalitas Konsumen.....	40
2.1.4.2	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen .....	41
2.2	Penelitian Terdahulu .....	42
2.3	Kerangka Pemikiran .....	51
<b>BAB 3</b>	.....	<b>52</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>52</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	52
3.2	Metode dan Jenis Penelitian .....	52
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	53
3.3.1	Subjek Penelitian .....	53
3.4	Objek Penelitian .....	54
3.5	Lokasi Penelitian .....	54
3.6	Unit Analisis Penelitian .....	55
3.7	Informan Penelitian .....	56
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.1.1	Data Primer .....	58
1.	Wawancara.....	58
1.1	Wawancara terstruktur.....	59
2.	Observasi .....	59
3.	Dokumentasi .....	59
3.1.2	Data Sekunder .....	59
3.9	Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data .....	60
3.9.1	Metode Analisis Data .....	60
3.9.2	Metode Penjagaan Keabsahan Data .....	61
3.9.2.1	Triangulasi Sumber .....	61
3.9.2.1	Triangulasi Metode.....	61
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>63</b>
4.1	Karakteristik Informan .....	63
4.1.2	Data Informan 2.....	64
4.1.3	Data Informan 3.....	64
4.1.4	Data Informan 4.....	64

4.1.5 Data Informan 5.....	65
4.1.6 Data Informan 6.....	65
4.1.7 Data Informan 7.....	66
4.1.8 Data Informan 8.....	66
4.2 Hasil Penelitian.....	67
4.2.1 Prosedur CRM.....	67
4.2.1.1 Prosedur CRM sebelum Pemberian Pelayanan ( <i>pre-sales</i> ).....	68
4.2.1.2 Prosedur CRM saat Pemberian Pelayanan ( <i>sales</i> ).....	75
4.2.1.3 Prosedur CRM setelah Pemberian Pelayanan ( <i>after sales</i> ).....	83
4.2.2 Pengalaman Penerimaan Pelayanan .....	88
4.2.2.1 Pengalaman Penerimaan sebelum Pemberian Pelayanan ( <i>pre-sales</i> ) .....	88
4.2.2.2 Pengalaman Penerimaan saat Pemberian Pelayanan ( <i>sales</i> ) .....	89
4.2.2.3 Pengalaman Penerimaan setelah Pemberian Pelayanan ( <i>after sales</i> ).....	91
4.3 Pembahasan .....	93
<b>BAB V .....</b>	<b>101</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>101</b>
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran .....	101
5.2.1 Saran Akademis.....	102
5.2.2 Saran Praktis.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>104</b>