DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN **1**

HALAMAN PERNYATAAN ..... **i**

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **ii**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

ABSTRAK ..... **v**

ABSTRACT ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1

1.1.1 Profil Perusahaan 1

1.1.2 Logo Perusahaan 2

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan 3

1.1.4 Struktur Organisasi 4

1.1.5 Jenis-jenis Produk KRB.ID 4

1.2 Latar Belakang 6

1.3 Rumusan Masalah 15

1.4 Tujuan Penelitian 15

1.5 Kegunaan Penelitian 16

1.5.1 Aspek Teoritis 16

1.5.2 Aspek Praktis 16

1.6 Waktu dan Periode Penelitian 16

1.7 Sistematika Penulisan 16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **18**
2.1 Tinjauan Pustaka 18
2.1.1 *Customer Relationship Management (CRM)* 18
2.1.2 *Customer Satisfaction* 19
2.1.3 *Customer Brand Loyalty* 20
2.2 Penelitian Terdahulu 22
2.2.1 Skripsi Terdahulu 22
2.2.2 Jurnal Nasional 28
2.2.3 Jurnal Internasional 33
2.3 Kerangka Pemikiran 40
2.4 Hipotesis 41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian 42
BAB III METODE PENELITIAN **43**
3.1 Jenis Penelitian 43
3.2 Variabel Operasional 43
3.3 Skala Pengukuran 48
3.4 Tahapan Penelitian 49
3.5 Populasi dan Sampel 50
3.6 Teknik Pengumpulan Data 52
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas 53
3.7.1 Uji Validitas 53
3.7.2 Uji Reabilitas 55
3.8 Teknik Analisis Data 55
3.8.1 Analisis Data Deskriptif 55
3.8.2 PLS – SEM (Partial Least Square – Structural Equation Model) 57
3.8.3 Metode Penyajian Data 58
3.8.4 Pengukuran Struktural (*Inner Model)* 61

3.9 Pengujian Hipotesis 63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 65
4.1 Pengumpulan Data 65
4.2 Karakteristik Responden 65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 66
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan 67
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili 68
4.3 Analisis Deskriptif 69
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (X) *Customer Relationship Management* 70
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (I) *Customer Satisfaction* 76
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (Y) *Customer Brand Loyalty* 78
4.4 *Partial Least Square* (PLS) 83
4.4.1 Hasil Uji Pengukuran 83
4.4.2 Hasil Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model)* 83
4.4.3 Uji Validitas 83
4.4.4 Convergent Validity 84
4.4.5 Discriminant Validity 86
4.4.6 Uji Reliabilitas 88
4.4.7 Hasil Pengujian Model Struktural (Inner Model) 89
4.4.8 R Square 89
4.4.9 Q-Square 90
4.4.10 Pengujian Hipotesis 90
4.5 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan 92

4.5.1 Analisis Deskriptif 93
4.5.2 Analisis Hasil Uji Hipotesis 93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 95
5.1 Kesimpulan 95
5.2 Saran 95
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan 95
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya 97
DAFTAR PUSTAKA 98
LAMPIRAN 101