

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.1.1 Sejarah Perusahaan..... | 1 |
| 1.1.2 Logo Perusahaan | 2 |
| 1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan | 2 |
| 1.1.4 Struktur Organisasi..... | 2 |
| 1.1.5 Jenis Produk dan Jasa..... | 3 |
| 1.2 Latar Belakang | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Kegunaan Penelitian..... | 7 |
| 1.6 Batasan Penelitian | 7 |
| 1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1. Landasan Teori | 9 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 2.1.1 | Pemasaran | 9 |
| 2.1.2 | Manajemen Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.3 | <i>Digital marketing</i> | 10 |
| 2.1.4 | <i>Customer relationship management (CRM)</i> | 10 |
| 2.1.5 | Dimensi <i>Customer relationship management (CRM)</i> | 11 |
| 2.1.6 | Jenis <i>Customer relationship management (CRM)</i> | 12 |
| 2.1.7 | Indikator <i>Customer relationship management (CRM)</i> | 12 |
| 2.2. | Penelitian Terdahulu | 13 |
| 2.3. | Kerangka Pemikiran | 17 |
| BAB III METODE PENELITIAN | | 18 |
| 3.1 | Pendekatan Penelitian..... | 18 |
| 3.2 | Jenis Penelitian | 18 |
| 3.3 | Variabel Operasional | 18 |
| 3.4 | Tahapan Penelitian..... | 21 |
| 3.4.1 | Tahapan Pra-Lapangan..... | 21 |
| 3.4.2 | Tahapan Pekerjaan Lapangan..... | 22 |
| 3.4.3 | Tahap Analisis Data..... | 22 |
| 3.5 | Populasi dan Sampel | 22 |
| 3.5.1 | Populasi | 22 |
| 3.5.2 | Sampel..... | 23 |
| 3.6 | Pengumpulan Data | 24 |
| 3.6.1 | Informan atau Sumber Daya Penelitian | 24 |
| 3.6.2 | Instrumen Penelitian..... | 25 |
| 3.6.3 | Teknik Pengumpulan Data | 25 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.6.4 | Teknik Pengumpulan Data dengan Observasi..... | 26 |
| 3.6.5 | Teknik Pengumpulan Data dengan Wawancara | 26 |
| 3.6.6 | Teknik Pengumpulan Data dengan Dokumentasi | 30 |
| 3.6.7 | Teknik Pengumpulan Data dengan Trianggulasi..... | 30 |
| 3.7 | Uji Keabsahan Data | 31 |
| 3.8 | Teknik Analisis Data..... | 34 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 38 |
| 4.1 | Hasil Penelitian..... | 38 |
| 4.2 | Hasil Pembahasan Wawancara | 49 |
| 4.3 | Perancangan Program CRM melalui <i>Membership card</i> | 52 |
| 4.4 | Implementasi Program CRM melalui <i>Membership card</i> | 56 |
| 4.5 | Evaluasi Program CRM melalui <i>Membership card</i> | 61 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 67 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 67 |
| 5.2 | Saran | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 70 |
| LAMPIRAN..... | | 74 |