

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR GRAFIK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	23
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	25
2.1 Teori Strategi Promosi.....	25
2.2 Teori Hubungan Pemasaran	26
2.3 Retensi Pelanggan	31
2.4 Hubungan Retensi Pelanggan dan Hubungan Pemasaran.....	33
2.5 Kerangka Pikir Penelitian	35
2.6 Penelitian Terdahulu.....	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Jenis Penelitian.....	49
3.2 Jenis dan Sumber Data	49

3.2.1	Data Primer	50
3.2.2	Data Sekunder	50
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.3.1	Triangulasi.....	53
3.3.2	<i>Case Study</i>	53
3.4	Subjek Penelitian.....	54
3.4.1	Teknik Sampling	55
3.5	Metode Pengolahan dan Analisa Data.....	56
3.6	Karakteristik Informan Penelitian	58
3.7	Tempat dan Waktu Penelitian	59
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		60
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.1	Ukuran dan Fasilitas	65
4.1.2	Target Pasar	67
4.1.3	Kerangka Operasional	68
4.2	Deskripsi Narasumber Penelitian	71
4.2.1	Profile Narasumber Yayasan Baiturrahman Semarang “Pengelola Lama”	73
4.2.2	Profile Narasumber CV Mukti Jaya “Pengelola Baru”	79
4.3	Hasil dan Pembahasan	82
4.3.1	Dinamika Strategi Promosi dan Retensi Pelanggan	82
4.3.2	Strategi Promosi dan Retensi Pelanggan oleh Pengelola Baru (CV Mukti Jaya)	103
 BAB V KESIMPULAN.....		112
5.1	Kesimpulan dari Segi Dinamika Strategi Promosi dan Retensi Relanggan	112
5.2	Implikasi Manajerial.....	115
5.3	Implikasi Teori	116
5.4	Keterbatasan Penelitian dan Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	124