

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	12
1.5. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1. Landasan Teori	15
2.1.1. Customer Relationship Management (CRM).....	15
2.1.2. Kepuasan Pelanggan	23
2.1.3. Loyalitas Pelanggan	31
2.2. Penelitian Terdahulu.....	36
2.3. Pengembangan Hipotesis	40
2.4. Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	46
3.2. Populasi dan Sampel	47
3.2.1. Populasi	47

3.2.2. Sampel.....	48
3.3. Jenis dan Sumber Data	49
3.3.1. Data Primer	49
3.3.2. Data Sekunder	50
3.4. Metode Pengumpulan Data	50
3.4.1. Kuesioner	50
3.5. Metode Analisis.....	51
3.5.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	52
3.5.2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
3.5.3. Uji Hipotesis.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian dan Responden.....	54
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.2. Gambaran Umum Responden	56
4.2. Analisis Data	60
4.2.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
4.2.2. Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
4.3. Uji Hipotesis.....	71
4.4. Interpretasi Hasil	75
4.4.1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	75
4.4.2. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	76
4.4.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	78
4.4.4. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan	79
BAB V PENUTUP	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Keterbatasan.....	82
5.3. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	91