DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN ..... **i**
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ..... **ii**
MOTTO ..... ***iii***
ABSTRACT ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR TABEL ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN

1.1 LatarBelakangPenelitian 1
1.2 IdentifikasidanRumusanMasalah 8
1.2.1 IdentifikasiMasalah 8
1.2.2 RumusanMasalah 9
1.3 MaksuddanTujuanPenelitian 10
1.3.1 MaksudPenelitian 10
1.3.2 TujuanPenelititan 10
1.4 KegunaanPenelitian 10
1.4.1 KegunaanPraktis 10
1.4.2 KegunaanAkademis 11
1.5 LokasidanWaktuPenelitian 12

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 KajianPustaka 13
2.1.1 Pengertian Jasa dan Karakteristik Jasa 13
2.1.1.1 PengertianJasa 13
2.1.1.2 Karakteristik Jasa 14
2.1.2 Pengertian Customer Relationship Marketing 16

2.1.2.1 Proses Dalam Customer Relationship Marketing ..20
2.1.3 Keunggulan Bersaing.....21
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....25
2.1.4.1Unsur-unsur Loyalitas Pelanggan.....28
2.1.4.2 Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan 28
2.1.4.3 Tahapan Loyalitas Pelanggan 29
2.1.5 Keterkaitan Customer Relationship Marketing dan Keunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Pelanggan 31
2.1.5.1 PengaruhCustomer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan 31
2.1.5.2PengaruhKeunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Pelanggan 33
2.1.5.3 Penelitian Terdahulu 34
2.2 KerangkaPemikiran 35
2.3 Hipotesis 40
BAB III OBJEK PENELITIAN
3.1 ObjekPenelitian 42
3.2 MetodePenelitian 43
3.2.1 DesainPenelitian 43
3.2.2 OperasionalVariabelPenelitian 45
3.2.3 Sumber dan TeknikPenentuan Data.....48
3.2.3.1 Sumber Data.....48
3.2.3.2 TenikPenentuan Data 49
3.2.3.2.1 Populasi.....49
3.2.3.2.2 Sampel.....50
3.2.4 Tehnik Pengumpulan Data (Observasi, kuesioner, wawancara, dokumentasi) 51
3.2.4.1 Uji Validitas.....52
3.2.4.2 Uji Reabilitas 53
3.2.4.3 Uji MSI.....56
3.2.5 RancanganAnalisis dan Uji Hipotesis.....58

3.2.5.1. RancanganAnalisis.....58
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis.....64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....67
4.1.1SejarahBimo Trans.....67
4.1.1.1VisidanMisi Bimo Trans.....68
4.1.2 Struktur Organisasi Bimo Trans.....69
4.1.3Job Description.....70
4.2 Karakteristik Responden.....73
4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....75
4.3.1 Deskriptif Variabel Customer Rellationship Marketing (X1).....75
4.3.2 Deskriptif Variabel Keunggulan Bersaing (X2).....83
4.3.3 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....87
4.4 Pengaruh Customer Relationship Marketing dan Keunggulan Bersaing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Transportasi Bimo Trans Cabang Dipati Ukur Bandung.....97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan.....107
5.2 Saran.....108
DAFTAR PUSTAKA
KUESIONER
LAMPIRAN-LAMPIRAN