DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul.....i

Halaman Pengesahan ii

Abstract iii

Abstrak iv

Kata Pengantar v

Daftar isi viii

Daftar Gambar xiii

Daftar Tabel xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah..... 21

1.2.1. Identifikasi Masalah 21

1.2.2. Rumusan Masalah 21

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 22

1.3.1. Maksud Penelitian 22

1.3.2. Tujuan Penelitian 22

1.4. Kegunaan Penelitian 23

1.5. Waktu dan Tempat Penelitian 25

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka …… 26

2.1.1. Customer Relationship Management ……..…… 27

2.1.1.1. Konsep Customer Relationship Management …….…… 32

2.1.1.2. Strategi CRM ……..…….. 35

2.1.1.3. Program CRM …….. 37

2.1.2. Brand Equity …… 40

2.1.2.1. Brand Loyalty ……..…… 44

2.1.2.2. Brand Awereness ……..… 46

2.1.2.3. Percieved Quality ……..… 48

2.1.2.4. Peran Brand Equity ……...… 51

2.1.2.5. Customer Based Brand Equity …….…… 52

2.1.3. Loyalitas Pelanggan ……..…… 64

2.1.3.1. Definisi Loyalitas ……..…… 65

2.1.3.2. Pembentukan Loyalitas ……..... 67

2.1.3.3. Indikator Loyalitas ……..…..… 70

2.1.3.4. Penggolongan Loyalitas…… 71

2.1.3.5. Manfaaat Loyalitas ……...… 73

2.2. Kerangka Pemikiran …… 74

2.2.1 Hasil Penelitian Terdahulu …… 78

2.2.2 Keterkaitan Antar Variabel …….……..…... 81

2.2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Customer Relationship Management dengan Loyalitas Pelanggan ……..…….. 81

2.2.2.2 Keterkaitan Antar Variabel Brand Equity dengan Loyalitas Pelanggan ……... 83

2.2.2.3 Keterkaitan Antar Variabel Customer Relationship Management dengan Brand Equity ……..……. 85

2.3. Hipotesis ……..…….. 88

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 90

3.2 Metode Penelitian ……..... 91

3.2.1 Desain Penelitian …….... 94

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian ……... 97

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data ……..… 100

3.2.3.1 Sumber Data Penelitian ……..… 100

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data ……..... 101

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data ……. 106

3.2.4.1 Uji Validitas …… 108

3.2.4.2 Uji Realibilitas ……...… 112

3.2.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis ……..... 114

3.2.5.1 Rancangan Analisis ……..…….. 114

3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif ……..…….. 114

3.2.5.1.2 Analisis Verivikatif (Kuantitatif) ……..... 116

3.2.5.2 Uji Hipotesis ……..…. 120

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian 127

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 127

4.1.2 Sarana dan Prasarana Hotel..... 129

4.1.3 Struktur Organisasi..... 132

4.2 Karakteristik Responden 134

4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 135

4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia..... 136

4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan 137

4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan..... 138

4.3 Analisis Deskriptif..... 138

4.3.1 Analisis Deskriptif *Customer Relationship Management*..... 139

4.3.2 Analisis Deskriptif *Brand Equity*..... 143

4.3.3 Analisis Deskriptif Loyalitas Pelanggan..... 146

4.4 Analisis Verifikatif/Asosiatif 149

4.4.1 Mengubah data dari ordinal menjadi Interval dengan menggunakan Metode Succesive Interval (MSI)..... 149

4.4.2 Analisis Jalur..... 151

4.4.2.1 Analisis Korelasi 152

4.4.2.2 Analisis Regresi..... 153

4.4.2.3 Pengujian Hipotesis..... 158

4.4.2.3.1 Pengujian *CRM* (X_1) terhadap Loyalitas Pelangan (Y)..... 158

4.4.2.3.2 Pengujian *Brand Equity* (X_2) terhadap Loyalitas Pelangan (Y) 160

4.4.2.3.3 Pengujian *CRM* (X_1) terhadap *Brand Equity* (X_2)..... 161

4.4.2.3.4 Pengujian *CRM* (X_1) dan *Brand Equity* (X_2) terhadap Loyalitas Pelangan (Y)..... 163

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 168

5.2 Saran..... 170

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN