DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
ABSTRAK iii
ABSTRACT iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vii
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xv

BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Dan Rumusan Masalah 11
1.2.1 Identifikasi Masalah 11
1.2.2 Rumusan Masalah 12
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian 13
1.3.1 Maksud Penelitian 13
1.3.2 Tujuan Penelitian 13
1.4 Kegunaan Penelitian 14
1.4.1 Kegunaan Praktis 14
1.4.2 Kegunaan Akademis 15
1.5 Waktu Penelitian 16

BAB II 17
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 17
2.1 Kajian Pustaka 17
2.1.1 CRM (Customer Relationship Management) 17
2.1.1.1 Definisi (Customer Relationship Management) 17
2.1.1.2 Proses dari Kerangka Kerja (CRM) *Customer Relationship Management* 19

2.1.1.3 Tahapan (CRM) *Customer Relationship Management* 19
2.1.1.4 Indikator (CRM) *Customer Relationship Management* 20
2.1.1.5 Program-Program *Customer Relationship Management* 24
2.1.1.6 Tujuan dan Manfaat (CRM) *Customer Relationship Management* ... 25
2.1.2 Kualitas Pelayanan Jasa 27
2.1.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan Jasa 27
2.1.2.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan Jasa 29
2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan 30
2.1.2.4 Manfaat Kualitas Pelayanan 34
2.1.3 Loyalitas Konsumen 35
2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Konsumen 35
2.1.3.2 Indikator Loyalitas Konsumen 36
2.1.3.3 Tahap-Tahap Loyalitas Konsumen 37
2.1.3.4 Jenis-Jenis Loyalitas 39
2.1.3.5 Manfaat Loyalitas 41
2.1.4 Penelitian Terdahulu 42
2.2 Kerangka Pemikiran 45
2.2.1 Hubungan antara CRM *(Customer Relationship Management)* dan Loyalitas Pelanggan 49
2.2.2 Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan 50
2.2.3 Hubungan antara *Customer Relationship Management* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen 51
2.3 Hipotesis 52

BAB III 53
METODE PENELITIAN 53
3.1 Objek Penelitian 53
3.2 Metode Penelitian 54
3.2.1 Desain Penelitian 54
3.2.2 Operasionalisasi Variabel 55
3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data 59
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 61
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 67

BAB IV **75**
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **75**
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 75
4.1.1 Sejarah Perusahaan 75
4.2 Karakteristik Responden **78**
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 78
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 79
4.3 Analisis Deskriptif Hasil Tanggapan Responden **80**
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel *Customer Relationship Management* (X_1). 80
4.3.1.1 Tanggapan responden terhadap indikator Manusia 80
4.3.1.2 Tanggapan responden terhadap indikator Proses 81
4.3.1.3 Tanggapan responden terhadap indikator Teknologi 82
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) 85
4.3.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Tangible (berwujud) 85
4.3.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Responssive (cepat tanggap) 86
4.3.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Assurance (jaminan) 87
4.3.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Empathy* (empati) 88
4.3.2.5 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Reliability (Keandalan) . 89
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Konsumen (Y) 91
4.3.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Repurchase Intentions (Membeli Kembali) 92
4.3.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Refers Other* (mereferensikan) 93
4.3.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Refuse/Retention* (ketahanan terhadap brand) 94
4.4 Analisis Verifikatif **96**
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda 96
4.4.2 Analisis Korelasi 99
4.4.3 Analisis Koefesien Determinasi 100
4.4.4 Pengujian Hipotesis 102
4.4.4.1 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t) 102

4.4.4.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F) 106

BAB V..... 109
KESIMPULAN DAN SARAN..... 109
5.1 Kesimpulan..... 109
5.2 Saran..... 111