

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vi
ABSTRACK	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	5
1.2.1 Identifikasi Masalah	5
1.2.2 Pembatasan Masalah	6
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 9
2.1. Tinjauan Teori.....	9
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Jasa	11
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa	11
2.1.4 Kualitas Pelayanan	13
2.1.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.5. Customer Relationship Management (CRM).....	16
2.1.5.1. Tahapan CRM	20
2.1.5.2. Dimensi CRM	22
2.1.6. Kepuasan Pelanggan	23
2.1.6.1. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan	27
2.1.7. Loyalitas Pelanggan	29
2.1.7.1. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	31
2.1.7.2. Tahap Pertumbuhan Loyalitas Pelanggan	32
2.2. Penelitian Terdahulu	33
2.3. Hubungan antar Variabel	36
2.3.1 Hubungan Customer Relationship Management (CRM) dan Kepuasan Pelanggan.....	36
2.3.2. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	37
2.3.3 Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan	37
2.3.4. Hubungan Customer Relationship Management (CRM) dan Loyalitas Pelanggan	38

2.3.5. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan.	38
2.3.6. Hubungan Customer Relationship Management (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	39
2.3.7. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen	
2.4. Hipotesis Penelitian.....	39
2.5. Model Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Desain Riset.....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data	43
3.2.1. Jenis Data	43
3.2.2. Sumber Data	44
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	45
3.3.1 Populasi	45
3.3.2 Sampel.....	45
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.4 Unit Analisis.....	47
3.5 Definisi Operasional Variabel	47
3.5.1 Definisi Variabel	48
3.5.1.1. Customer Relationship Management (X1)	48
3.5.1.2. Kualitas Pelayanan (X2).....	48
3.5.1.3. Kepuasan Pelanggan (Y)	48
3.5.1.4. Loyalitas Pelanggan	49
3.5.2. Tabel Operasional Variabel	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	51
3.6.1 Uji Instrumen.....	51
3.6.1.1 Uji Validitas	51
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	52
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	53
3.6.2.1 Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.6.2.2 Uji Normalitas	54
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas	54
3.6.3 Uji Hipotesis	55
3.6.3.1 Uji Parsial (Uji T).....	55
3.6.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.6.3.3 Metode Analisis Jalur (Path Analysis)	56
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1. Hasil Penelitian	61
4.1.1. Karakteristik Responden	61
4.1.2. Uji Instrumen	65
4.1.2.1 Uji Validitas	65
4.1.2.2. Uji Reliabilitas.....	68
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	70
4.1.3.1 Uji Heteroskedastisitas.....	70
4.1.3.2 Uji Normalitas	71

4.1.3.3 Uji Multikolinearitas	73
4.1.4. Analisis Jalur (Path Analysis)	74
4.1.4.1 Analisis Jalur Tahap 1	74
4.1.4.2 Analisis Jalur Tahap 2	80
4.1.4.3 Analisis Jalur Tahap 2 Model Trimming	80
4.1.4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2.....	84
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	87
4.2.1. Pengaruh Customer Relationship Management (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	87
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	88
4.2.3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan (Y) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)	89
4.2.4. Pengaruh Customer Relationship Management (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)	90
4.2.5. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z)	91
4.2.6. Pengaruh Customer Relationship Management (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) Melalui Kepuasan Pelanggan (Y)	91
4.2.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Z) Melalui Kepuasan Pelanggan (Y).....	92
4.3. Temuan Penelitian.....	92
4.4. Keterbatasan Penelitian.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
4.1. Hasil Penelitian	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran.....	95
5.2.1. Bagi Perusahaan	95
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya	96
5.3. Implikasi Penelitian.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	99