

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSUTUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	9
1.3. Pembatasan Masalah	9
1.4. Rumusan Masalah	10
1.5. Tujuan Penelitian	10
1.6. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. CRM (<i>Customer Relationship Management</i>)	12
2.2. Jasa (<i>Service</i>)	14
2.3. Kualitas Pelayanan (<i>Service Quality</i>)	15
2.4. Persepsi Retensi Pelanggan (<i>Perceive of Customer Retention</i>)	16
2.5. Penelitian Terdahulu	18
2.6. Hubungan Antar Variabel	20
2.7. Hipotesis	21
2.7. Model Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2. Desain Riset	23
3.3. Jenis dan Sumber Data	24
3.4. Populasi dan Sampel	25
3.5. Definisi Operasional Variabel	28
3.6. Teknik Analisis Data	30
3.7. Pengujian Hipotesis	36
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Penelitian	38

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
4.3 Uji Normalitas	46
4.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	48
4.5 Hasil Uji Hipotesis	56
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	60
4.7 Temuan Penelitian	62
4.8 Keterbatasan Penelitian	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
5.3 Implikasi Penelitian	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69