

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	8
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Tujuan Masalah .....	8
1.5. Tujuan Penelitian .....	8
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1. Pemasaran .....	10
2.2. Jasa .....	11
2.2.1. Barang Pemasaran Jasa .....	11
2.3. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	12
2.3.1. Tahapan <i>Customer Relationship Management</i> .....	13
2.3.2. Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> .....	14
2.4. Kepuasan Konsumen .....	14
2.4.1. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen .....	16
2.5. Loyalitas Konsumen .....	17
2.5.1. Karakteristik Loyalitas Konsumen .....	18
2.5.2. Tahapan Pertumbuhan Loyalitas Konsumen .....	19
2.6. Peneitian Terdahulu .....	19
2.7. Hubungan Antar Variabel .....	23
2.7.1. Hubungan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> dan Kepuasan Konsumen .....	23
2.7.2. Hubungan Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Konsumen .....	23

2.7.3. Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dan Loalitas Konsumen .....	23
2.7.4. Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen .....	24
2.8. Hipotesis Penelitian .....	24
2.9. Model Penelitian .....	25
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1. Desain Riset .....	26
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	26
3.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	27
3.4. Unit Analisis .....	28
3.5. Definisi Oprasional Variabel .....	28
3.6. Uji Instrumen .....	30
3.7. Teknik Analisis Data .....	32
3.8.1. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	32
3.8.2. Uji F .....	35
3.8.3. Uji Parsial (Uji t) .....	35
3.8.4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	37
4.1.1. Hasil Responden .....	37
4.2. Hasil Uji Validitas .....	39
4.2.1. Hasil Uji Validitas <i>Customer Relationship Management</i> .....	39
4.2.2. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen .....	40
4.3.3. Hasil Uji Validitas Loyalitas Konsumen .....	41
4.3. Uji Realibilitas .....	42
4.3.1. Uji Realibilitas <i>Customer Relationship Management</i> .....	42
4.3.2. Uji Realibilitas Kepuasan Konsumen .....	42
4.3.3. Uji Realibilitas Loyalitas Konsumen .....	42
4.4. Analisis Deskriptif Penelitian .....	43
4.4.1. Variabel <i>Customer Relationship Management</i> .....	43
4.4.2. Variabel Kepuasan Konsumen .....	45
4.4.3. Variabel Loyalitas Konsumen .....	46
4.5. Uji Asumsi Klasik .....	47
4.5.1. Uji Normalitas .....	47
4.5.2. Uji Multikolinearitas .....	48
4.5.3. Uji Heteroskedastisitas .....	48
4.6. Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	49
4.6.1. Analisis Jalur Tahap 1 .....	49
4.6.2. Analisis Jalur Tahap 2 .....	52

4.6.3. Analisi Jalur Gabungan Tahap 1 dan Tahap 2 .....	55
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
5.1. Pembahasan Penelitian .....	57
5.1.1. <i>Customer Relationship Management</i> (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) .....	57
5.1.2. Pengaruh Kepuasan Konsumen (Z) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y) .....	57
5.1.3. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (X) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) .....	58
5.1.4. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (X) Terhadap Loyalitas (Y) Melalui Kepuasan Konsumen (Z) .....	58
5.2. Temuan Penelitian .....	59
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	59
<b>BAB VI KESIMPULAN, SARAN, DAN IMPLIKASI PENELITIAN .....</b>	<b>60</b>
6.1. Kesimpulan .....	60
6.2. Saran .....	62
6.3. Implikasi Penelitian .....	61
6.3.1. Implikasi Teoritis .....	61
6.3.2. Implikasi Praktis .....	62
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>66</b>