

## DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Customer Relationship Management .....	11
2.2.2 Tujuan Customer Relationship Management.....	12
2.2.3 Tahapan Customer Relationship Management .....	12
2.2.4 Dimensi Customer Relation Management .....	13
2.3 Landasan Konseptual .....	14
2.3.1 Pengertian Budaya Organisasi .....	14
2.3.2 Fungsi Budaya Organisasi .....	14
2.3.3 Tujuan dan Manfaat Budaya Organisasi .....	15
2.3.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Budaya Organisasi .....	16
2.3.5 SMART SOLUTION BCA.....	17
2.3.6 Customer Engagement .....	18
2.3.7 Customer Service .....	18

2.3.8	Defini Bank .....	19
2.4	Kerangka Pemikiran .....	19
BAB III METODELOGI PENELITIAN .....		21
3.1	Paradigma Penelitian .....	21
3.2	Metode, Jenis Penelitian dan Jenis Data.....	21
3.3	Sumber Data dan Key Informan.....	22
3.3.1	Objek Penelitian .....	22
3.3.2	Subjek Penelitian.....	22
3.3.3	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22
3.3.4	Data Primer .....	22
3.3.5	Data Sekunder .....	22
3.4	Bahan Penelitian.....	23
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	23
3.5.1	Wawancara.....	23
3.5.2	Observasi.....	23
3.5.3	Dokumentasi .....	24
3.6	Uji Keabsahan Data.....	24
3.7	Teknik Analisis Data .....	24
BAB IV HASIL PENELITIAN .....		26
4.1	PT Bank Central Asia Tbk .....	26
4.1.1	Sejarah Singkat.....	26
4.1.2	Visi dan Misi PT Bank Central Asia Tbk .....	27
4.1.3	Arti Logo PT Bank Central Asia Tbk .....	27
4.1.4	Gambaran Umum Unit Kerja Bank BCA KCP Buaran Raya.....	28
4.1.5	Stuktur Organisasi Bank BCA KCP Buaran raya .....	28
4.2	Profil Key Informan dan Informan.....	29
4.2.1	Key Informan .....	29
4.2.2	Informan 1 .....	29
4.2.3	Informan 2 dan 3 .....	29
4.3	Hasil dan Pembahasan.....	30
4.3.1	Menarik Nasabah Baru ( <i>Acquire</i> ) .....	30
4.3.2	Meningkatkan Hubungan Dengan Nasabah ( <i>Enchance</i> ) .....	33

4.3.3	Mempertahankan Pelanggan (Retain).....	34
4.3.4	Hambatan dari SMART SOLUTION .....	36
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>		<b>38</b>
5.1	Tahapan Customer Engagment Pada Bank BCA KCP Buaran Raya...	38
5.2	Hambatan Proses Penerapan SMART SOLUTION.....	39
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>		<b>41</b>
6.1	Kesimpulan.....	41
6.2	Saran .....	41
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>43</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>45</b>