

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang Penelitian	3
1.3. Perumusan Masalah	6
1.4. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	7
1.7. Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
1.1. Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu	9
1.1.1. Perilaku Konsumen	9
1.1.2. Strategi Pemasaran berbasis Pelanggan	10
1.1.3. Segmentasi Pasar.....	12
1.1.4. Strategi Pemasaran & Bauran Pemasaran	13
1.1.5. Penelitian Terdahulu	16
1.2. Kerangka Pemikiran.....	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Operasionalisasi Variabel	26
3.3. Populasi dan Sampel.....	28
3.4. Pengumpulan Data	29
3.5. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV	31

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Karakteristik Data Penelitian	31
4.2. Hasil Penelitian	35
4.2.1. Model Segmentasi.....	35
4.2.2. Strategi Retensi Pelanggan.....	45
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	52
4.3.1. Pembahasan Model Segmentasi.....	52
4.3.2. Pembahasan Strategi Pemasaran	54
BAB V	57
KESIMPULAN DAN SARAN.....	57
5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60