

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2. Latar Belakang Penelitian .....	11
1.3. Perumusan Masalah .....	22
1.4. Tujuan Penelitian .....	23
1.5. Manfaat Penelitian .....	24
1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....	24
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>26</b>
2.1. Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu .....	26
2.1.1. <i>Service Dominat Logic</i> .....	26
2.1.2. Pemasaran .....	28
2.1.2.1. Pengertian Pemasaran .....	28
2.1.2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2.3. Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	30
2.1.3. Perilaku Konsumen ( <i>Cunsumer Behaviors</i> ) .....	33
2.1.3.1. <i>Cunsumer Behaviors</i> .....	34
2.1.3.2. Model <i>Cunsumer Behaviors</i> .....	36
2.1.4. Customer Relationship Management (CRM) .....	37

2.1.4.1. Pengertian CRM .....	37
2.1.4.2. Tujuan CRM .....	40
2.1.4.3. Manfaat CRM .....	41
2.1.4.4. Strategi CRM .....	42
2.1.4.5. Dimensi CRM .....	44
2.1.5. Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfation</i> ) .....	48
2.1.5.1. Definisi <i>Satisfaction</i> .....	48
2.1.5.2. Definisi <i>Customer Satisfaction</i> .....	48
2.1.5.3. Tipe-Tipe <i>Customer Satisfaction</i> .....	49
2.1.5.4. Metode Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> .....	51
2.1.5.5. Dimensi <i>Customer Satisfaction</i> .....	53
2.1.6. Loyalitas Pelanggan ( <i>Customer Loyalty</i> ) .....	54
2.1.6.1. Definisi <i>Customer Loyalty</i> .....	54
2.1.6.2. Karakter <i>Customer Loyalty</i> .....	55
2.1.6.3. Tahapan <i>Customer Loyalty</i> .....	56
2.1.6.4. <i>Customer Loyalty</i> Berdasarkan Sikap dan Pembelian Ulang .....	58
2.1.7. Penelitian Terdahulu .....	60
2.2. Kerangka Pemikiran .....	81
2.3. Hipotesis Penelitian .....	86
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>88</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	88
3.2. Operasionalisasi Variabel .....	90
3.2.1. Variabel Bebas (Independent) .....	91
3.2.2. Variabel Terikat (Dependent) .....	91
3.2.3. Variabel Mediasi .....	91
3.2.4. Skala Pengukuran dan Desain Kuesioner .....	95
3.3. Populasi dan Sampel .....	96
3.3.1. Populasi Penelitian .....	96
3.3.2. Teknik Sampling .....	97
3.4. Pengumpulan Data .....	98

3.4.1. Data Primer .....	98
3.4.2. Data Sekunder .....	98
3.4.3. Tahapan Penelitian .....	99
3.4.4. Uji Validitas .....	100
3.4.5. Uji Reliabilitas .....	102
3.5. Teknik Analisis Data .....	104
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	104
3.5.2. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> .....	106
3.5.3. Pengujian Hipotesis .....	111
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>113</b>
4.1. Karakteristik Responden .....	113
4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	113
4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	114
4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pend. Terakhir .....	116
4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan .....	117
4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Kerja .....	118
4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Perusahaan .	119
4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Skala Perusahaan ..	120
4.1.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja .....	121
4.1.9. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Perusahaan .....	122
4.2. Hasil Penelitian .....	119
4.2.1. Hasil Analisis Deskriptif .....	119
4.2.1.1. Tanggapan Responden terhadap CRM .....	124
4.2.1.2. Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	129
4.2.1.3. Tanggapan Responden terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	131
4.2.2. Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM) PLS .....	132
4.2.2.1. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	133

4.2.2.2. Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	141
4.2.3. Pengujian Hipotesis .....	143
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian .....	149
4.3.1. Pengaruh <i>CRM</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	149
4.3.2. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	151
4.3.3. Pengaruh <i>CRM</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	152
4.3.4. Pengaruh <i>CRM</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> yang Dimediasi oleh <i>Customer Satisfaction</i> .....	153
<b>5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>155</b>
5.1. Kesimpulan .....	155
5.2. Saran .....	156
5.2.1. Bagi Perusahaan .....	157
5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	160
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>161</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>162</b>