

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penulisan .....	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan .....	1
1.1.2 Profil Perusahaan .....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.4 Logo dan Makna Logo.....	2
1.1.5 Produk/ layanan .....	2
1.2 Latar Belakang .....	3
1.3 Rumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penulisan.....	11
1.5 Manfaat Penulisan.....	11
1.6 Batasan Penulisan .....	11
1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Pemasaran .....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	14
2.1.3 Customer Relationship Management (CRM) .....	16
2.1.4 Tujuan Customer Relationship Management (CRM) .....	17
2.1.5 Manfaat Customer Relationship Management (CRM) .....	17
2.1.6 Dimensi Customer Relationship Management (CRM).....	18
2.1.7 Program Loyalitas.....	19
2.1.8 Loyalitas Pelanggan .....	20
2.2 Kerangka Pemikiran.....	24
2.3 Penelitian Terdahulu .....	26

<b>BAB III METODOLOGI PENULISAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Pendekatan Penulisan.....	28
3.2 Jenis Penulisan .....	28
3.3 Variabel Operasional .....	28
3.4 Tahapan Penulisan .....	30
3.5 Populasi dan Sampel.....	34
3.6 Pengumpulan Data .....	35
3.6.1 Informan atau Sumber Data .....	35
3.6.2 Instrumen Penulisan.....	36
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.7.1 Observasi.....	37
3.7.2 Wawancara.....	38
3.7.3 Dokumentasi .....	40
3.8 Uji Keabsahan Data .....	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENULISAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Hasil Penulisan .....	45
4.1.1 Deskripsi Informan.....	45
4.1.2 Hasil Wawancara.....	45
4.1.2.1 Perancangan Program Customer Relationship Management.....	46
4.1.2.2 Penerapan Program Customer Relationship Management.....	50
4.1.2.3 Evaluasi Program Customer Relationship Management.....	53
4.1.3 Hasil Observasi.....	55
4.1.4 Hasil Dokumentasi .....	55
4.2 Perancangan Program Loyalitas .....	57
<b>4.2.1 Potensi dan Masalah.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2.2 Business Process.....</b>	<b>58</b>
4.2.2.1 Program Goals.....	58
4.2.2.2 Target Audience .....	59
4.2.2.3 Program Mechanics.....	60
4.2.2.4 Rewards.....	61
4.2.2.5 Enrollment.....	62
4.2.2.6 Data Collection.....	62
4.2.2.7 Analysis.....	63

4.2.2.8 Reporting.....	64
<b>4.2.3 Desain Awal Produk.....</b>	<b>65</b>
4.2.3.1 Solution Design.....	65
4.2.3.2 Technical Design.....	80
4.2.3.3 Loyalty Card Design .....	81
4.2.3.4 Revisi dan Validasi Desain .....	85
<b>4.2.4 Penerapan Program Loyalitas.....</b>	<b>87</b>
4.2.4.1 Proses Pendaftaran .....	87
4.2.4.2 Sosialisasi dan Partisipasi Pelanggan pada Program Loyalitas.....	88
4.2.4.3 Implementasi Teknologi Pendukung.....	93
<b>4.2.5 Evaluasi Program Loyalitas .....</b>	<b>102</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
5.1 Kesimpulan .....	106
5.2 Saran .....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>109</b>