

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	1
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.1.4 Struktur Organisasi	4
1.1.5 Jenis-jenis Produk KRB.ID.....	4
1.2 Latar Belakang	6
1.3 Rumusan Masalah	15
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Aspek Teoritis.....	16
1.5.2 Aspek Praktis	16
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	16
1.7 Sistematika Penulisan.....	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Tinjauan Pustaka	18
2.1.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	18
2.1.2 <i>Customer Satisfaction</i>	19
2.1.3 <i>Customer Brand Loyalty</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2.1 Skripsi Terdahulu.....	22
2.2.2 Jurnal Nasional	28
2.2.3 Jurnal Internasional.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran	40
2.4 Hipotesis	41
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Variabel Operasional.....	43
3.3 Skala Pengukuran	48
3.4 Tahapan Penelitian	49
3.5 Populasi dan Sampel	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas.....	53
3.7.1 Uji Validitas	53
3.7.2 Uji Reabilitas	55
3.8 Teknik Analisis Data	55
3.8.1 Analisis Data Deskriptif.....	55
3.8.2 PLS – SEM (Partial Least Square – Structural Equation Model).....	57
3.8.3 Metode Penyajian Data.....	58
3.8.4 Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>).....	61

3.9 Pengujian Hipotesis	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Pengumpulan Data	65
4.2 Karakteristik Responden	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	67
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	68
4.3 Analisis Deskriptif.....	69
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (X) <i>Customer Relationship Management</i>	70
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (I) <i>Customer Satisfaction</i>	76
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Sub Variabel (Y) <i>Customer Brand Loyalty</i>	78
4.4 <i>Partial Least Square (PLS)</i>	83
4.4.1 Hasil Uji Pengukuran.....	83
4.4.2 Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	83
4.4.3 Uji Validitas.....	83
4.4.4 Convergent Validity.....	84
4.4.5 Discriminant Validity	86
4.4.6 Uji Reliabilitas	88
4.4.7 Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	89
4.4.8 R Square.....	89
4.4.9 Q-Square	90
4.4.10 Pengujian Hipotesis	90
4.5 Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	92

4.5.1 Analisis Deskriptif	93
4.5.2 Analisis Hasil Uji Hipotesis.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	95
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	101