

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>FORM DEKLARASI ANTI PLAGIARISME</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.2    Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3    Perumusan Masalah.....	12
1.4    Tujuan Penelitian.....	13
1.5    Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1    Aspek Teoritis .....	13
1.5.2    Aspek Praktis .....	13
1.6    Ruang Lingkup Penelitian .....	14
1.6.1    Lokasi dan Objek Penelitian .....	14
1.6.2    Waktu dan Pelaksanaan Penelitian.....	14
1.7    Sistematika Penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	<b>17</b>
2.1    Landasan Teori .....	17
2.1.1    Definisi Pemasaran.....	17
2.1.2    Pemasaran Jasa.....	19
2.1.2.1    Karakteristik Jasa .....	19
2.1.2.2    Klasifikasi Jasa.....	20
2.1.3    Perilaku Konsumen .....	22

2.1.3.1	Definisi Perilaku Konsumen .....	22
2.1.3.2	Jenis-Jenis Perilaku Konsumen.....	22
2.1.3.3	Tipe Perilaku Konsumen.....	23
2.1.3.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	24
2.1.4	<i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	28
2.1.4.1	Definisi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	28
2.1.4.2	Indikator-indikator <i>Customer Relationship Management</i> .....	28
2.1.4.3	Tujuan CRM.....	30
2.1.4.4	Elemen Kerja CRM.....	31
2.1.4.5	Tahapan CRM .....	32
2.1.5	Loyalitas Pelanggan .....	33
2.1.5.1	Definisi Loyalitas Pelanggan .....	33
2.1.5.2	Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	33
2.1.5.3	Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	34
2.1.5.4	Indikator Loyalitas Pelanggan.....	35
2.1.6	Kepuasan Konsumen.....	36
2.1.6.1	Definisi Kepuasan Konsumen.....	36
2.1.6.2	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	37
2.1.6.3	Indikator Kepuasan Pelanggan.....	39
2.2	Penelitian Terdahulu.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran .....	49
2.3.1	Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	49
2.3.2	Pengaruh CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	49
2.3.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	50
2.3.4	Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan .....	50
2.4	Hipotesis Penelitian .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>54</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	54
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	54
3.2.1	Operasional Variabel.....	54

3.2.2	Skala Pengukuran.....	57
3.3	Tahapan Penelitian .....	58
3.4	Populasi dan Sampel.....	59
3.4.1	Populasi .....	59
3.4.2	Teknik Sampling .....	60
3.4.3	Sampel.....	60
3.5	Pengumpulan Data.....	61
3.5.1	Data Primer .....	61
3.5.2	Data Sekunder .....	61
3.6	Teknik Analisis Data .....	62
3.6.1	Analisis Deskriptif .....	62
3.6.2	Analisis Verifikatif.....	63
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
4.1	Karakteristik Responden .....	67
4.2	Hasil Penelitian.....	68
4.2.1	Hasil Analisis Deskriptif .....	68
4.2.1.1	Hasil Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Relationship Management</i> .....	68
4.2.1.2	Hasil Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan .....	76
4.2.1.3	Hasil Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Pelanggan .....	83
4.2.2	Hasil Analisis Verifikatif .....	88
4.2.2.1	Model Awal Penelitian.....	88
4.2.2.2	Hasil Pengujian Validitas.....	88
4.2.2.3	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	90
4.2.2.4	Hasil Pengujian $R^2$ .....	90
4.2.2.5	Hasil Pengujian $F^2$ .....	91
4.2.2.6	Hasil Pengujian $Q^2$ .....	92
4.2.2.7	Hasil Pengujian GoF.....	92
4.2.3	Hasil Uji Hipotesis .....	93
4.2.3.1	Hasil Uji Hipotesis CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	94

4.2.3.2	Hasil Uji Hipotesis Langsung CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	94
4.2.3.3	Hasil Uji Hipotesis Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	94
4.2.3.4	Hasil Uji Hipotesis CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.....	95
4.3	Pembahasan .....	95
4.3.1	Gambaran Penerapan CRM, Kepuasan pelanggan, dan Loyalitas pelanggan pada Mitra Outlet Telkomsel <i>Cluster New</i> Tasikmalaya .....	95
4.3.2	Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Outlet Telkomsel <i>Cluster New</i> Tasikmalaya.....	97
4.3.3	Pengaruh Langsung CRM Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mitra Outlet Telkomsel <i>Cluster New</i> Tasikmalaya.....	97
4.3.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mitra Outlet Telkomsel <i>Cluster New</i> Tasikmalaya.....	98
4.3.5	Pengaruh CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Mitra Outlet Telkomsel <i>Cluster New</i> Tasikmalaya .....	98
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>100</b>
5.1	Kesimpulan.....	100
5.2	Saran.....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>102</b>