

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
ABSTRACT .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	9
2.1. Teori Pendukung .....	9
2.1.1. <i>Customer Loyalty</i> .....	9
2.1.2. <i>Customer Satisfaction</i> .....	10
2.1.3. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	12
2.2. Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis .....	13
2.2.1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	13
2.2.2. Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> terhadap customer loyalty .....	14
2.2.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	15
2.2.4. Pengaruh <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	17
2.2.5. Pengembangan Hipotesis .....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	21

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian .....	21
3.1.1 Waktu .....	21
3.1.2 Tempat Penelitian.....	21
3.2 Desain Penelitian.....	21
3.3 Populasi dan Sampel .....	22
3.2.1 Populasi .....	22
3.2.2 Sampel.....	22
3.3 Pengembangan Instrumen .....	23
3.3.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	23
3.3.2 <i>Customer Loyalty</i> .....	24
3.3.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	25
3.3.4 Skala Penilaian .....	25
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	26
3.5.2 Uji Validitas .....	26
3.5.3 Uji Reliabilitas .....	27
3.5.4 Uji Hipotesis.....	27
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Data.....	30
4.1.1 Analisis Deskriptif.....	33
4.1.1.1 <i>Customer Relationship Management</i> .....	33
4.1.1.2 <i>Customer Loyalty</i> .....	34
4.1.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> .....	36
4.2 Hasil .....	37
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
4.2.2 Uji Kelayakan Model .....	39
4.3 Uji Hipotesis .....	41
4.4 Pembahasan.....	42
4.4.1 <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ..	42
4.4.2 <i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	42

4.4.3	<i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> .....	43
4.4.4	<i>Customer Relationship Management</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i> melalui <i>Customer Satisfaction</i> .....	43
BAB V PENUTUP.....		44
5.1	Kesimpulan .....	44
5.2	Implikasi.....	44
5.2.1	Implikasi Teoretis.....	44
5.2.3	Implikasi Praktis .....	45
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	47
5.4	Rekomendasi Bagi Peneliti Selajutnya .....	48
DAFTAR PUSTAKA .....		51
LAMPIRAN.....		64

