

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2 Pelayanan / Jasa	14
2.2.1 Definisi Pelayanan / Jasa	13
2.2.2 Karakteristik Pelayanan / Jasa	14
2.3 <i>Customer Relationship Management</i> Sebagai Bagian Dari Komunikasi Pemasaran.....	17
2.4 <i>Customer Relationship Management</i>	21
2.4.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	21
2.4.2 Tiga tahapan <i>Customer Relationship Management</i>	25
2.4.3 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.4.4 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.5 Loyalitas Pelanggan	29
2.5.1 Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	32
2.5.2 Cara Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	33
2.5.3 Kategori Loyalitas Pelanggan	34
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Metode Penelitian.....	36

3.3	Subyek Penelitian	37
3.4	Tehnik Pengumpulan Data	39
3.5	Tehnik Analisis Data	40
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	41
BAB IV		43
HASIL DAN PEMBAHASAN		43
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1	Visi dan Misi	44
4.1.2	Produk Jasa Layanan	45
4.2	Hasil Penelitian	46
4.2.1	Mendapatkan Pelanggan Baru	46
4.2.2	Pentingnya Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	49
4.2.3	Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	50
4.2.4	Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	52
4.2.4.1	Perencanaan.....	54
4.2.4.2	Pelaksanaan	59
4.2.5	Hambatan Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	65
4.3	Pembahasan	66
BAB V.....		73
KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	74
5.2.1	Akademis.....	74
5.2.2	Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN		
	Lampiran A, Pedoman Wawancara.....	79
	Lampiran B, Salinan Hasil Wawancara.....	80
	Lampiran C, Data Riset.....	86
DATA DIRI		