

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL DALAM</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Identifikasi Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	12
<b>BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 E-Commerce .....	13
2.1.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	18
2.1.2.1 <i>Pengertian Customer Relationship Management</i> .....	18
2.1.2.2 <i>Proses Customer Relationship Management ( CRM )</i> .....	19
2.1.2.3 <i>Manfaat Customer Relationship Management ( CRM )</i> .....	19
2.1.2.4 <i>Tujuan dari Customer Relationship Management ( CRM )</i> ...	20
2.1.2.5 <i>Fase Customer Relationship Management ( CRM )</i> .....	21
2.1.2.6 <i>Komponen Customer Relationship Management ( CRM )</i> ....	22

2.1.2.7	Tipe-tipe <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	23
2.1.3	<i>Brand Image</i> .....	24
2.1.3.1	Pengertian <i>Brand Image</i> .....	24
2.1.3.2	Komponen <i>Brand Image</i> .....	24
2.1.4	Kualitas Produk.....	26
2.1.4.1	Pengertian Kualitas Produk.....	26
2.1.4.2	Dimesnsi Kualitas Produk.....	26
2.1.5	Service Quality .....	28
2.1.5.1	Pengertian Pelayanan .....	28
2.1.5.2	Kualitas Layanan .....	29
2.1.5.3	Karakteristik Pelayanan .....	31
2.1.5.4	Dimensi Kualitas Layanan .....	34
2.1.6	Keputusan Pembelian .....	35
2.2	Penelitian Terdahulu.....	42
2.3	Kerangka Pemikiran .....	68
2.4	Hipotesis .....	70
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>71</b>
3.1	Desain Penelitian.....	71
3.2	Variabel dan Pengukuran Variabel.....	72
3.3	Data dan Metode Pengumpulan Data .....	74
3.4	Populasi dan Metode Sampling .....	74
3.5	Metode Analisis.....	77
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>80</b>
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	80
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	80
4.1.2	Lingkup dan Bidang Usaha .....	81
4.1.3	Sumber Daya .....	82
4.1.4	Tantangan Bisnis .....	83
4.1.5	Proses Kegiatan Fungsi Bisnis .....	84
4.2	Hasil Penelitian.....	84
4.3	Deskripsi Hasil Penelitian .....	84

4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas .....	85
4.3.2 Karakteristik Responden.....	89
4.3.3 Hasil Perhitungan Mean Per-Dimensi .....	91
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	98
4.4.1 Uji Normalitas Data.....	98
4.4.2 Linearity.....	100
4.4.3 Uji Multikolinearitas.....	101
4.4.4 Autokorelasi.....	103
4.4.5 Uji Heteroskedastisitas .....	104
4.5 Pengujian Hipotesis .....	107
4.5.1 Uji Parsial .....	107
4.5.2 Uji Koefisien Beta .....	108
4.5.3 Persamaan Regresi Linear Berganda (Multiple Regresi) .....	109
4.5.4 Uji ANOVA/Simultan (F hitung) .....	110
4.5.5 Koefisien Determinasi .....	111
4.5.6 Korelasi Antar Dimensi .....	112
4.6 Pembahasan .....	115
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>124</b>
5.1 Kesimpulan.....	124
5.2 Saran .....	125
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>126</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>132</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>181</b>