

## Daftar Isi

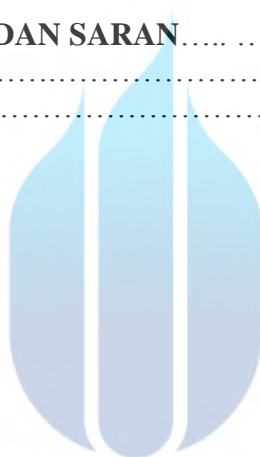
### COVER

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI. ....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Customer Relations.....	19
2.2.1. Fungsi Customer Relations.....	23
2.2.2. Customer Relationship Management.....	24
2.2.3. Tujuan CRMdalam Bisnis .....	28
2.2.3. Customer Relationship Marketing.....	32
2.3. Revolusi Industri 4.0 .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1. Paradigma Penelitian.....	42
3.2. Tipe Penelitian.....	42
3.3. Metode Penelitian.....	44
3.4. Subjek Penelitian.....	44
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6. Teknik Analisa Data.....	47
3.7. Teknik Keabsahan Data.....	48

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	50
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
4.1.1. Visi dan Misi Perusahaan.....	53
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	55
4.2. Hasil Penelitian.....	55
4.2.1. Stakeholder Uniqlo.....	56
4.2.2. Pendekatan Untuk Bertahan di Era Industri 4.0.....	56
4.2.3. Target Uniqlo.....	59
4.2.4. Situasi Komunikasi Uniqlo.....	62
4.3. Pembahasan.....	68
4.3.1 Stakeholder Uniqlo.....	68
4.3.2 Pendekatan Untuk Bertahan di Era Industri 4.0.....	71
4.3.3 Target Uniqlo.....	79
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	 82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	84

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA