

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
PENGESAHAN DAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
Formulir Pernyataan Keabsahan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	9
2.1.1 Perspektif Komunikasi.....	10
2.2 Customer Relationship Management (CRM).....	12
2.2.1 Konsep CRM.....	12
2.2.2 Sistem Kerja CRM.....	14
2.2.3 Tujuan Dan Manfaat CRM.....	15
2.2.4 Konsep Dan Aktivitas CRM.....	23

2.2.5 Manfaat CRM.....	31
2.2.6 Tipe - Tipe CRM;	32
2.2.7 Penerapan CRM.....	33
2.2.8 Aplikasi - Aplikasi CRM.....	37
2.2.9 Dimensi - Dimensi CRM.....	45
2.2.10 Hubungan Antara Dimensi CRM Dengan Loyalitas Pelanggan.....	46
2.2.11 Hubungan CRM Dengan KepuasanPeJanggan.....	47
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Sifat Penelitian.....	50
3.2 Metode Penelitian.....	51
3.3 Nara Sumber.....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.4.1. Data Primer.....	54
3.4.2 Data Sekunder.....	54
3.5 Definisi Konsep.....	54
3.6 Fokus Penelitian.....	54
3.7 Metode Analisa Data.....	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN_ DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umrn.....	56
4.2 HasilPenelitian.....	57
4.3 Pembahasan.....	65
 BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan.....	71

5.2 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	78



UNIVERSITAS
MERCU BUANA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA