

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.4.3 Manfaat Sosial .....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Kajian Teoritis .....	17
2.2.1. Komunikasi Pemasaran .....	17
2.2.2 Komunikasi Pemasaran Dalam Jasa .....	19
2.2.3 E-Commerce .....	21
2.2.4 Customer Retention Marketing (CRM) .....	24
2.2.5 Pelayanan .....	26
2.2 Kepuasan Pelanggan .....	29
2.2.1 Definisi Pelanggan .....	29
2.2.6 Kepuasan Pelanggan .....	31
2.7 Pelayanan (Service) .....	32

<b>BAB III .....</b>	<b>38</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	38
3.2 Metode Penelitian .....	39
3.3 Subjek Penelitian .....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4.1 Data Primer .....	41
3.4.2. Data Sekunder .....	42
3.5 Teknik Analisa Data.....	42
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	43
<b>BAB IV .....</b>	<b>45</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.2 Hasil Penelitian. ....	48
4.2.1 <i>Service Quality</i> (ServQual) .....	48
4.2.2 Tangible .....	49
4.2.3 Responsiveness .....	53
4.2.4 Assurance .....	55
4.2.5 Emphaty .....	59
4.3 Pembahasan .....	62
<b>B A B V .....</b>	<b>69</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan .....	69
5.2 Saran .....	70
5.2.1 Saran Akademis .....	70
5.2.2 Saran Praktis .....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN</b>	