

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12

2.2 Kajian Teori	19
2.2.1 <i>Customer Retention Marketing</i>	19
2.2.1.1 <i>Customer Retention Model I-D-I-C</i>	28
2.2.1.2 <i>Customer Retention Marketing Menciptakan LoyalitasPelanggan</i>	30
2.2.1.3 <i>Customer Retention</i> Bagian dari <i>Customer RelationshipManagement</i> .	31
2.2.1.4 Tahap – tahap <i>Customer Retention Marketing</i>	33
2.2.2 <i>Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan)</i>	34
2.2.2.1 Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	34
2.2.2.2 Karakteristik Pelanggan Loyal	36
2.2.2.3 Jenis Loyalitas Pelanggan	38
2.2.2.4 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	38
2.2.3 Business to Business Marketing (B2B)	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Subjek Penelitian.....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1 Data Primer	46
3.4.2 DataSekunder	47
3.5 Teknik AnalisisData	47

3.6 Teknik Pemeriksaan KeabsahanData	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum PT. Batam Bintang Telekomunikasi	50
4.1.1 Sejarah PT. Batam Bintang Telekomunikasi	50
4.1.2 Tujuan, Visi dan Misi PT. Batam Bintang Telekomunikasi	52
4.1.3 Logo PT. Batam Bintang Telekomunikasi dan Ofon	52
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Batam Bintang Telekomunikasi.....	53
4.1.5 Layanan Jasa PT. Batam Bintang Telekomunikasi	54
4.1.6 Data Pelanggan PT. Batam Bintang Telekomunikasi di Area Jakarta	63
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Analisis I-D-I-C (<i>Don Pappas & Martha Rogers, One to One Marketing</i>)	66
4.2.2 Analisis Karakteristik Pelanggan yang Loyal (<i>Philip Kotler, Manajemen Pemasaran</i>)	72
4.3 Pembahasan.....	83
4.3.1 Analisis I –D – I - C.....	90
4.3.2 Analisis Karakteristik Pelanggan yang Loyal menurut Philip Kotler.....	95
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	106
5.1 Kesimpulan	106
5.2 Saran	107

5.2.1 Saran Akademis.....	107
5.2.2 Saran Praktis.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	109
LAMPIRAN	112
CURRICULUM VITAE.....	129

