

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
ABSTRACT.....	II
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	III
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	IV
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	V
SURAT PERNYATAAN	VI
KATA PENGANTAR	VII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR LAMPIRAN.....	XII
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Komunikasi Pemasaran	15
2.3 <i>Customer Retention Marketing</i> Dalam Komunikasi Pemasaran.....	21
2.3.1 Strategi <i>Customer Retention Marketing</i>	22
2.3.2 <i>Customer Retention Marketing Model Identification</i> – <i>Differentiation – Interaction – Customization</i>	

4.2.1.2 <i>Differentiation</i> atau Mengkategorisasikan	
Pelanggan.....	51
4.2.1.3 <i>Interaction</i> atau Menjalin Hubungan Dengan	
Pelanggan.....	58
4.2.1.4 <i>Customization</i> atau Menyesuaikan Dengan	
Keinginan Pelanggan.....	63
4.3 Pembahasan	70
4.3.1 Pembahasan <i>Customer Retention Marketing Model</i>	
<i>Identification – Differentiation – Interaction –</i>	
<i>Customization (IDIC)</i>	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	