

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Relasi Pelanggan (CRM)	9
2.1.1 Definisi CRM	9
2.1.2 Tujuan dan Manfaat CRM	10
2.1.3 Faktor-faktor CRM	11
2.1.4 Konsep CRM	19
2.1.5 Program dalam Pelaksanaan CRM	20
2.2 Loyalitas Pelanggan	21
2.2.1 Definisi Loyalitas Pelanggan	21
2.2.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan	23
2.2.3 Keuntungan Konsumen yang Loyal	24
2.2.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan	24
2.2.5 Model Loyalitas Pelanggan	27
2.3 Hubungan CRM Terhadap Loyalitas Pelanggan	28
2.4 Model Penelitian	29
2.5 Hipotesis	30

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Lokasi Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	32
3.4 Definisi Konseptual dan Operasional Variabel Penelitian	33
3.4.1 Definisi Konseptual	33
3.4.2 Definisi Operasional	35
3.5 Sumber Data	37
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.6.1 Kuesioner	38
3.6.2 Studi Kepustakaan	38
3.7 Skala Pengukuran	39
3.8 Pengujian Instrumen penelitian	40
3.8.1 Uji Validitas	40
3.8.2 Uji Realibilitas	41
3.9 Teknik Analisa Data	42
3.9.1 Analisa Statistik Deskriptif.....	42
3.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.9.3 Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.9.4 Uji Hipotesis	45

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum	48
4.1.1 Sejarah Singkat Toyota AUTO 2000	48
4.2 Analisis Deskriptif	52
4.2.1 Karakteristik Responden.....	52
4.2.2 Distribusi Jawaban Responden Per Variabel.....	54
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	71
A. Uji Normalitas	71
B. Uji Heteroskedastisitas	72
C. Uji Multikolinieritas.....	74
4.2.4 Pengujian Regresi Linear Berganda	75
4.2.5 Uji Hipotesis	78
A. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	78
B. Uji Signifikan Parsial (Uji f).....	80
C. Uji R^2	81
4.3 Hasil Pembahasan	82

4.3.1 Pengaruh Variabel Teknologi (<i>Technology</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan	82
4.3.2 Pengaruh Variabel Karyawan (<i>people</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan	84
4.3.3 Pengaruh Variabel Proses (<i>process</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan	85
4.3.4 Pengaruh Variabel Pengetahuan dan Pemahaman (<i>knowledge and Insight</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	86
4.3.5 Pengaruh Variabel Teknologi, Karyawan, Proses dan Pengetahuan dan Pemahaman Terhadap Loyalitas Pelanggan	88

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN