

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian	11
1.4.1 Lokasi Penelitian	11
1.4.2 Jadwal Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	13
2.1 Administrasi	13
2.1.1 Pengertian Administrasi Bisnis.....	14
2.1.2 Fungsi Administrasi Bisnis	15
2.2 Pemasaran	15
2.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	16
2.3.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	16
2.3.2 Dimensi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	18
2.3.3 Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	19
2.4 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer Loyalty</i>)	20
2.4.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	20
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	22
2.4.3 Dimensi dan Indikator Loyalitas Pelanggan	26
2.5 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	29
2.6 Penelitian Terdahulu.....	30
2.7 Kerangka Berpikir.....	31
2.8 Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Metode Penelitian	35
3.1.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Operasionalisasi Variabel	37
3.2.1 Variabel Independen <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	37
3.2.2 Variabel Dependen: Loyalitas Pelanggan (Y)	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel	40
3.3.3 Teknik Sampling.....	41
3.3.4 Data Primer	42
3.3.5 Data Sekunder.....	44
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
3.4.1 Uji Validitas.....	45
3.4.2 Uji Reliabilitas	46
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	47
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	50
3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	51
3.6 Uji Hipotesis	52
3.6.1 Uji t (Uji Parsial)	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Usaha Reparasi iPhone Passer Komunika.....	54
4.1.1 Visi dan Misi Passer Komunika Garut	55
4.1.2 Struktur Organisasi Passer Komunika Garut.....	56
4.2 Hasil Penelitian Dan Pembahasan.....	58
4.2.1 Karakteristik Responden.....	59
4.2.2 Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> di Passer Komunika	61
4.2.3 Tingkat Loyalitas Pelanggan Passer Komunika	73
4.2.4 Kesenjangan antara Penerapan CRM dan Kondisi Loyalitas Pelanggan.....	88
4.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	89
4.3.1 Uji Validitas.....	90
4.3.2 Uji Reliabilitas	91
4.3.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	91
4.3.4 Hasil Analisis Deskriptif.....	93
4.3.5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	95
4.3.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	96
4.3.7 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	97
4.4 Hambatan dan Upaya dalam Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	98
4.4.1 Hambatan Dalam Penerapan CRM.....	98
4.4.2 Upaya dalam Penerapan CRM.....	99

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	109