

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	16

2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	16
2.1.1.1 Pengertian Manajemen	16
2.1.1.2 Fungsi Manajemen.....	17
2.1.1.3 Tujuan Manajemen	20
2.1.1.4 Asas-Asas Manajemen	20
2.1.1.5 Unsur-Unsur Manajemen	21
2.1.1.6 Dasar-Dasar Manajemen	23
2.1.1.7 Tingkat Manajemen	23
2.1.1.8 Manajemen 4.0	24
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	25
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	25
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran	27
2.1.2.3 Strategi Pemasaran.....	30
2.1.2.4 Perilaku Konsumen.....	31
2.1.3 Variabel yang Diteliti.....	32
2.1.3.1 <i>Customer Relationship Management</i>	32
2.1.3.1.1 Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	32
2.1.3.1.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	33
2.1.3.1.3 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	35

2.1.3.1.4	Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	36
2.1.3.1.5	Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	38
2.1.3.2	<i>Corporate Social Responsibility</i>	38
2.1.3.2.1	Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i>	38
2.1.3.2.2	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i>	40
2.1.3.2.3	Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i>	41
2.1.3.2.4	Dimensi <i>Corporate Social Responsibility</i>	42
2.1.3.3	Loyalitas Pelanggan	44
2.1.3.3.1	Definisi Loyalitas Pelanggan	44
2.1.3.3.2	Jenis Loyalitas	45
2.1.3.3.3	Indikator Loyalitas Pelanggan	46
2.1.3.3.4	Dimensi Loyalitas Pelanggan	47
2.1.3.3.5	Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	48
2.1.4	Peneliti Terdahulu Yang Relevan	48
2.2	Kerangka Pemikiran	52

2.2.1 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	52
2.2.2 Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	53
2.2.3 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	54
2.3 Hipotesis.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1 Metode Penelitian Yang Digunakan	58
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	59
3.2.1 Definisi Variabel.....	59
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	60
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	62
3.3.1 Populasi.....	62
3.3.2 Sampel.....	64
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.4.1 Sumber Pengumpulan Data.....	65
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.5 Teknik Analisis Data.....	67
3.5.1 Analisis Deskriptif	68
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82

4.1 Hasil Penelitian	82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	82
4.1.1.1 Profil Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya	82
4.1.1.2 Visi dan Misi Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	82
4.1.1.3 Struktur Organisasi Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya	83
4.1.1.4 Deskripsi Jabatan	84
4.1.2 Karakteristik Responden.....	86
4.1.3 Deskripsi Variabel yang diteliti	89
4.1.3.1 <i>Customer Relationship Management</i> pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	89
4.1.3.1.1 Rekapitulasi Data Mengenai <i>Customer</i> <i>Relationship Management</i> Pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	98
4.1.3.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	102
4.1.3.2.1 Rekapitulasi Data mengenai <i>Corporate</i> <i>Social Responsibility</i> Pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya	110
4.1.3.3 Loyalitas Pelanggan	114
4.1.3.3.1 Rekapitulasi Data Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	123

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	127
4.1.4.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (X ₁) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	127
4.1.4.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₂) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	136
4.1.4.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (X ₁) dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₂) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	146
4.2 Pembahasan.....	159
4.2.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	159
4.2.2 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	161
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	163
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	165
5.1 Simpulan.....	165

5.2 Saran.....	165
DAFTAR PUSTAKA	167
DAFTAR LAMPIRAN	