

DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	12
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	12
1.2.2 Rumusan Masalah.....	13
1.2.3 Tujuan Penelitian	13
1.3 Manfaat Penelitian	14
1.3.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.3.2 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 Tingkatan Manajemen.....	23
2.1.2 Manajemen Pemasaran	24
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran	24
2.1.2.2 Pemasaran 4.0.....	25
2.1.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	26
2.1.2.4 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	27
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	30
2.1.2.6 Perilaku Konsumen	31
2.1.3 Variabel yang Diteliti	32
2.1.3.1 Customer Relationship Management	32
2.1.3.1.1 Definisi Customer Relationship Management.....	32
2.1.3.1.2 Tujuan Customer Relationship Management.....	34
2.1.3.1.3 Manfaat Customer Relationship Management.....	36
2.1.3.1.4 Dimensi Customer Relationship Management.....	37

2.1.3.1.5 Indikator Customer Relationship Management.....	37
2.1.3.2 Kualitas Pelayanan	39
2.1.3.2.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	39
2.1.3.2.2 Definisi Pelayanan.....	40
2.1.3.2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	41
2.1.3.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan.....	42
2.1.3.3 Loyalitas Pelanggan	44
2.1.3.3.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan	44
2.1.3.3.2 Jenis Loyalitas.....	45
2.1.3.3.3 Dimensi Loyalitas Pelanggan	46
2.1.3.3.4 Indikator Loyalitas Pelanggan	47
2.1.4 Peneliti Terdahulu Yang Relevan	48
2.2 Kerangka Pemikiran.....	53
2.2.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dengan Loyalitas Pelanggan.....	53
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	55
2.2.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> dan Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan	57
2.3 Hipotesis.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	60
3.1 Metode Penelitian yang digunakan	60
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	61

3.2.1	Devinisi Variabel	61
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	63
3.3	Populasi dan Sempel Penelitian	64
3.3.1	Populasi.....	64
3.3.2	Sampel	66
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	67
3.4.1	Sumber Pengumpulan Data	67
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.5	Teknik Analisis Data.....	71
3.5.1	Analisis Deskriptif	71
3.5.2	Analisis Verifikatif	72
3.5.2.1	Analisis Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap	72
3.5.2.2	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	76
3.5.2.3	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	80
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	84
3.6.1	Tempat Penelitian	84
3.6.2	Waktu Penelitian.....	84
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		85
4.1	Hasil Penelitian	85
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	85

4.1.1.1 Profil Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya	85
4.1.1.2 Visi dan Misi Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	85
4.1.1.3 Struktur Organisasi Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya	86
4.1.1.4 Deskripsi Jabatan.....	86
4.1.2 Karakteristik Responden	90
4.1.3 Deskripsi Variabel yang diteliti.....	92
4.1.3.1 <i>Customer Relationship Management</i> pada Muara Cosmetics Tasikmalaya.....	92
4.1.3.2 Kualitas Pelayanan pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	107
4.1.3.3 Loyalitas Pelanggan Pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	122
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	136
4.1.4.1 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	136
4.1.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya	145
4.1.4.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya.....	155
4.2 Pembahasan.....	167

4.2.1 Pengaruh Customer Relationship Management terhadap Customer Loyalty pada Muara Cosmetics Tasikmalaya.....	169
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Muara <i>Cosmetics</i> Tasikmalaya	170
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	173
5.1 Simpulan	173
5.2 Saran.....	174
DATAR LAMPIRAN	176