

DAFTAR ISI

<i>COVER</i>	
PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktisi	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	10
1.5.2 Jadwal Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Pengertian Bank	12
2.1.2 Fungsi Bank	12
2.1.3 Jenis Bank.....	14
2.1.4 Kegiatan Bank	17
2.1.5 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	19
2.1.6 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	20
2.1.7 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> :	21
2.1.8 Dimensi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	22
2.1.9 Indikator <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	25
2.1.10 Prinsip Dasar <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	26
2.1.11 <i>Goal Customer Relationship Management (CRM)</i>	27
2.1.12 Pengertian <i>Customer Service</i>	27
2.2 Pendekatan Masalah	32
BAB III OBJEK PENELITIAN DAN METODE PENELITIAN.....	35

3.1 Objek Penelitian.....	35
3.1.1 Metode Penelitian	35
3.1.2 Visi dan Misi Bank Negara Indonesia.....	36
3.1.3 Logo dan Makna warna.....	37
3.2 Metode Peneliti	51
3.2.1 Jenis Penelitian	51
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.2.3 Teknik Analisis Data.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	57
4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.2 Analis Data.....	61
4.2 Pembahasan.....	67
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78
BIODATA PENULIS.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Jadwal Penelitian.....	11

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Dimensi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	25
Gambar 3.1 Logo PT. Bank Negara Indonesia.....	37
Gambar 3.2 Struktur Organisasi PT. Bank Negara Indonesia	38