

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	17
1.5 Lokasi Penelitian.....	18
1.6 Jadwal Penelitian	18
BAB II : KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	19
2.1. Kajian Pustaka	19
2.1.1. Inovasi Layanan.....	19
2.1.2. Manajemen Hubungan Pelanggan	22
2.1.3. Promosi	27
2.1.4. Pemasaran berdasarkan Pengalaman	31
2.1.5. Kepuasan Konsumen	34

2.1.6. Penelitian Terdahulu	37
2.2. Kerangka Pemikiran	48
2.3. Hipotesis	52
BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN	53
3.1 Objek Penelitian.....	53
3.1.1 Sejarah Singkat Auto 2000.....	53
3.2 Metode Penelitian	57
3.2.1 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	61
3.2.3 Teknik Analisis Data.....	64
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
4.1 Hasil Penelitian.....	73
4.1.1 Persepsi Responden Terkait Inovasi Layanan.....	73
4.1.2 Persepsi Responden Terkait Manajemen Hubungan Pelanggan	75
4.1.3 Persepsi Responden Terkait Promosi.....	77
4.1.4 Persepsi Responden Terkait Pemasaran berdasarkan Pengalaman	80
4.1.5 Persepsi Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	82
4.2 Analisis Data.....	
4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	85
4.2.2 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	92
4.2.3 Pengujian Hipotesis.....	97
4.3 Pembahasan	103

4.3.1 Pengaruh Inovasi Layanan, Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi terhadap Pemasaran berdasarkan Pengalaman	103
4.3.2 Pengaruh Inovasi Layanan, Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen	107
4.3.3 Pengaruh Pemasaran berdasarkan Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen.....	112
4.3.4 Pengaruh Inovasi Layanan, Manajemen Hubungan Pelanggan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen melalui Pemasaran berdasarkan Pengalaman.....	113
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	117
5.1 Simpulan.....	117
5.2 Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA