

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR REKOMENDASI PENGUJI UJIAN NASKAH	
TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian	4
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu	4
1.4.2 Kegunaan Praktis	4
1.5 Lokasi dan jadwal penelitian.....	5
1.5.1 Lokasi Penelitian	5
1.5.2 Jadwal Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA,KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Customer Relationship Management.....	7
2.1.1.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	7
2.1.1.2 Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	8
2.1.1.3 Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	9
2.1.1.4 Indikator <i>Customer Relationship Management</i>	10
2.1.2 Customer Loyalty	11

2.1.2.1 Pengertian <i>Customer Loyalty</i>	11
2.1.2.2 Dimensi <i>Customer Loyalty</i>	12
2.1.2.3 Indikator <i>Customer Loyalty</i>	13
2.2 Kerangka Pemikiran	20
2.3 Hipotesis	22
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Objek Penelitian	23
3.1.1 Sejarah dan Profil Perusahaan	23
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	27
3.1.3 Struktur Organisasi (BPR) Bandung Kidul	27
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.2.1 Jenis Penelitian	29
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	29
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	34
3.2.3.1 Jenis Dan Sumber Data	36
3.2.3.2 Populasi Sasaran	37
3.2.3.3 Penentuan Sampel	38
3.2.4 Model Penelitian	40
3.2.5 Teknik Analisa Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Deskripsi Data Penelitian	46
4.1.1.1 deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin	46
4.1.2 Analisis Data Penelitian.....	46
4.1.2.1 Uji Statistik Deskriptif	46
4.1.2.2 Uji Kualitas Data.....	48
4.1.2.3 <i>Method of Succesive Interval</i>	50
4.1.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.1.2.5 Uji Glejser	54
4.1.2.6 Uji Regresi Linier.....	54
4.1.2.7 Uji Hipotesis (Uji T)	55

4.1.2.8	Uji Koefisien Determinasi.....	56
4.1.3	Klasifikasi Penilaian dan Rekapitulasi Variabel <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	57
4.1.4	Klasifikasi Penilaian dan Rekapitulasi <i>Customer Loyalty</i>	63
4.2	Pembahasan.....	68
4.2.1	<i>Customer Relationship Management</i> (CRM) di PT BPR Bandung Kidul.....	68
4.2.2	<i>Customer Loyalty</i> di PT BPR Bandung Kidul	70
4.2.3	Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) Terhadap <i>customer Loyalty</i> di PT BPR Bandung Kidul.....	71
4.3	Simpulan	73
4.4	Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....		77
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Penelitian.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3. 1 Oprasional Variabel	29
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	37
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	46
Tabel 4. 2 Uji Statistik Deskriptif	47
Tabel 4. 3 Uji Validitas	48
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 5 Tabel Nilai Skala.....	51
Tabel 4. 6 Uji Normalitas.....	52
Tabel 4. 7 Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4. 8 Uji Regresi Linier Sederhana.....	54
Tabel 4. 9 Uji Koefisiensi Determinasi.....	56
Tabel 4.10 Klafisikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	58
Tabel 4. 11 Rekapitulasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	59
Tabel 4.12 Klafisikasi Penilaian Untuk Setiap Indikator <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	62
Tabel 4. 13 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator <i>Customer Loyalty</i>	64
Tabel 4. 14 Rekapitulasi <i>Customer Loyalty</i>	65
Tabel 4. 15 Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator <i>Customer Loyalty</i>	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	21
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi.....	28