

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat Penelitian	19
BAB II	20
TINJAUAN PUSTAKA	20
A. Landasan Teori	20
1. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	20
2. <i>Electronic Customer Relationship Management (E-CRM)</i>	21
3. <i>Customer Experience</i>	25
4. <i>Customer Perceived Value</i>	29
5. <i>Customer Satisfaction</i>	31

6. <i>Customer Loyalty</i>	34
B. Hubungan Antar Variabel dan Hipotesis Penelitian	36
C. Penelitian Terdahulu.....	45
D. Kerangka Pemikiran.....	49
BAB III	51
METODE PENELITIAN	51
A. Jenis Penelitian.....	51
B. Populasi.....	52
C. Sampel dan Teknik Sampling.....	52
D. Klasifikasi Variabel Penelitian	55
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	56
F. Skala Pengukuran Variabel	58
G. Prosedur Pengambilan Data	60
H. Uji Instrumen	61
I. Teknik Analisis Data	71
BAB IV	82
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	82
A. Hasil Pengumpulan Data	82
B. Analisis Deskriptif	84
C. Analisis Kuantitatif	95
D. Pembahasan.....	104
BAB V	119
KESIMPULAN DAN SARAN	119
A. Kesimpulan	119
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	127
LAMPIRAN	132