

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	ix

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang .....	4
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	9
1.8 Sistematika Penulisan .....	10

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 <i>Customer to Customer Relationship</i> .....	11
2.1.2 Manfaat Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> .....	11
2.1.3 Proses Interaktif CRM .....	12
2.1.4 Pengukuran Keberhasilan Penerapan CRM.....	13
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	14
2.1.6 Komunikasi Interpersonal.....	14

2.1.7	Kepuasan Pelanggan .....	15
2.1.8	Loyalitas .....	17
2.1.9	Loyalitas Pelanggan.....	17
2.1.10	Karakteristik Pelanggan Loyal .....	19
2.1.11	Strategi Dalam Membangun Loyalitas .....	19
2.2	Kerangka Pemikiran.....	21
2.3	Hipotesis Penelitian.....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Karakteristik Penelitian.....	26
3.2	Alat Pengumpulan Data .....	26
3.3	Tahapan Pelaksanaan Penelitian .....	28
3.4	Populasi dan Sampel .....	30
3.4.1	Populasi.....	30
3.4.2	Sampel .....	30
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data .....	30
3.5.1	Data Primer .....	30
3.5.2	Data Sekunder.....	30
3.6	Validitas dan Reabilitas.....	31
3.6.1	Validitas .....	31
3.6.2	Uji Reabilitas .....	31
3.7	Teknik Analisa Data .....	32
3.7.1	Analisa Data Deskriptif.....	32
3.7.2	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> .....	32
3.7.3	<i>Goodness Of Fit Indices</i> .....	36
3.7.4	Metode Estimasi .....	40
3.7.5	Pemenuhan asumsi – asumsi yang diperlukan dalam SEM ....	41
3.7.6	Permodelan Persamaan Struktural .....	42
3.9	Uji Hipotesis .....	43

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Karakteristik Responden .....	44
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi .	46
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .	47
4.2 Analisis Deskriptif .....	48
4.2.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Employee to Customer</i> <i>Relationship</i> .....	48
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Customer to Customer</i> <i>Relationship</i> .....	51
4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Satisfaction</i> .....	53
4.2.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Loyalty</i> .....	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	56
4.3.1 <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	57
4.3.1.1 CFA <i>Employee to Customer Relationship</i> .....	57
4.3.1.2 CFA <i>Customer to Customer Relationship</i> .....	58
4.3.1.3 CFA <i>Satisfaction</i> .....	60
4.3.1.4 CFA <i>Loyalty</i> .....	62
4.3.2 <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> .....	63
4.3.2.1 Hasil analisis model persamaan struktural .....	63
4.3.3 <i>Goodness of Fit Statistics</i> .....	68
4.4 Pengujian Hipotesis .....	66
4.5 Analisis dan Pembahasan .....	73

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	77
5.2.1 Saran Praktis .....	77
5.2.2 Saran Teoritis .....	77

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
-----------------------------	-----------

**LAMPIRAN**