



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.6 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	10
1.7 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 <i>Customer Relationship Management</i>	12
2.1.1 Tujuan CRM.....	15
2.1.2 Manfaat CRM.....	16
2.1.3 Tahapan dalam CRM.....	17
2.1.4 Komponen <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.2 Kerangka Penelitian.....	21
2.3 Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian.....	28
3.2 Informan dan Sumber Data.....	28
3.3 Daftar Pertanyaan	29
Key Customer Focus.....	29
CRM Organization.....	30
Knowledge Management	30
Technology based Customer Relationship Management	30



3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Teknik Analisis Data	31
3.6	Profil Objek Penelitian	33
3.6.1	Purpose, Visi dan Misi Perusahaan	35
3.6.2	Core Values	36
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1	Profil Narasumber Penelitian	37
4.2	Analisis Data	38
4.2.1	Key Customer Focus	39
4.2.2	CRM organization	44
4.2.3	Knowledge management	51
4.2.4	Technology based Customer Relationship Management.....	56
4.3	Analisis Triangulasi.....	61
4.4	Analisis Implementasi Komponen <i>Customer Relationship Management</i>	62
	BAB V SIMPULAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Implikasi Manajerial.....	76
5.3	Keterbatasan Penelitian	80
	DAFTAR PUSTAKA	82



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Daftar Narasumber Utama.....	29
Tabel 3. 2 Daftar Narasumber Tambahan	29
Tabel 4. 1 Profil Narasumber Utama	37
Tabel 4. 2 Profil Narasumber Tambahan	38
Tabel 4. 3 Komponen <i>Key Customer Focus</i>	44
Tabel 4. 4 Komponen <i>Customer Relationship Management (CRM) Organization</i>	50
Tabel 4. 5 Komponen <i>Knowledge Management</i>	55
Tabel 4. 6 Komponen <i>Technology based Customer Relationship Management</i> ..	60
Tabel 4. 7 Analisis Triangulasi.....	61
Tabel 4. 8 Implementasi Komponen <i>Key Customer Focus</i>	63
Tabel 4. 9 Implementasi Komponen <i>CRM Organization</i>	67
Tabel 4. 10 Implementasi Komponen <i>Knowledge Management</i>	69
Tabel 4. 11 Implementasi Komponen <i>Technology based CRM</i>	71
Tabel 5. 1 Rekomendasi <i>Key Customer Focus</i>	77
Tabel 5. 2 Rekomendasi <i>CRM Organization</i>	78
Tabel 5. 3 Rekomendasi <i>Knowledge management</i>	79
Tabel 5. 4 Rekomendasi <i>Technology based CRM</i>	80



PENERAPAN CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT PADA PT. TELKOM INDONESIA WILAYAH
TELKOM SUMATERA BARAT

Yeselyne Ananda Putri, Dr. Iin Mayasari, M.M., M.Si

Universitas Gadjah Mada, 2023 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka berpikir implementasi <i>Customer Relationship Management</i>	22
--	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	87
Lampiran II	92
Lampiran III	97
Lampiran IV	101
Lampiran V	107
Lampiran VI	111