

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	16
2.1 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	16
2.2 Manfaat CRM.....	18
2.3 Tujuan CRM.....	20
2.4 <i>Personalized Marketing</i>	20
2.5 <i>Customer Empowerment (Pemberdayaan Pelanggan)</i>	20
2.6 <i>Customer Reviews and Recommendations</i>	25
2.7 <i>Customer Complaints</i>	27
2.8 Kerangka Penelitian	29
2.9 Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODA PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian	34
3.1.1 Narasumber	34
3.1.2 Daftar Pertanyaan	34
3.1.3 Jenis Data dan Pengumpulan Data	37

3.1.4	Teknik Analisis Data.....	38
3.2	Profil Objek Penelitian.....	39
3.2.1	Daftar Produk	41
3.2.2	Pelanggan Perusahaan	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Profil Narasumber	45
4.1.1	Karyawan Perusahaan	45
4.1.2	Pelanggan Perusahaan	46
4.2	Analisis Data	47
4.2.1	CRM Dimensi <i>personalizing marketing</i>	48
4.2.2	CRM Dimensi <i>Customer Empowerment</i>	51
4.2.3	CRM Dimensi <i>Customer Reviews and Recommendations</i>	55
4.2.4	CRM Dimensi <i>Customer Complaints</i>	58
4.2.5	Hasil Wawancara Pelanggan Perusahaan	60
4.3	Uji Triangulasi.....	75
4.4	Analisa Implementasi Keempat Penerapan CRM	80
4.4.1	Perusahaan	80
4.4.2	Pelanggan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		95
5.1	Kesimpulan	95
5.2	Implikasi Manajerial	98
5.3	Saran Penelitian Selanjutnya	99
DAFTAR PUSTAKA.....		101
LAMPIRAN.....		104
LAMPIRAN A TRANSKRIP WAWANCARA		104
LAMPIRAN B TRANSKRIP WAWANCARA		111