

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Motivasi Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.7 Kontribusi Penelitian.....	9
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
1.9 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Perilaku Konsumen .....	11
2.2 Profitabilitas Pelanggan.....	13
2.3 Manajemen Hubungan Pelanggan.....	14
2.3.1 Tujuan Manajemen Hubungan Pelanggan .....	15
2.3.2 Manfaat Manajemen Hubungan Pelanggan .....	15
2.3.3 Tataran Manajemen Hubungan Pelanggan .....	16
2.3.4 Proses Manajemen Hubungan Pelanggan.....	17
2.4 Nilai Masa Hidup Pelanggan.....	18
2.4.1 Pengukuran Nilai Masa Hidup Pelanggan .....	19
2.4.1 Komponen Nilai Masa Hidup Pelanggan .....	21
2.5 Penelitian Terdahulu .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1 Desain Penelitian.....	24
3.2 Jenis Data .....	24
3.3 Teknik pengumpulan data .....	25
3.3.1 Observasi.....	25
3.3.2 Wawancara.....	26
3.3.3 Studi Dokumentasi.....	27
3.4 Teknik Analisis Data .....	27

3.5	Alat Analisis .....	28
3.6	Teknik Pengujian Data .....	30
3.6.1	Uji Validitas Data .....	30
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	31
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1	Profil Perusahaan .....	34
4.1.1	Struktur Organisasi Fungsional Perusahaan .....	34
4.2	Deskripsi Data .....	38
4.2.1	Pelanggan Produk Gula Kemasan Retail .....	39
4.2.2	Pelanggan Produk Spiritus dan atau Alkohol .....	41
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	44
4.3.1	Perhitungan Nilai Masa Hidup Pelanggan ( <i>Customer Lifetime Value</i> ) .	44
4.3.2	Analisis Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan.....	60
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>68</b>
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Rekomendasi .....	70
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>77</b>