

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA PENULISAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Motivasi Penelitian.....	10
1.6. Kontribusi Penelitian	11
1.7. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	12
1.8. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1. <i>Customer Relationship Management</i>	15
2.1.1. Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	17
2.1.2. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	18
2.1.3. Proses <i>Customer Relationship Management</i>	19
2.1.4. Strategi Pemasaran	21
2.2. Perilaku Konsumen	21

2.3.	Pelayanan Pelanggan	23
2.3.1.	Biaya Pelanggan.....	24
2.3.2.	Analisis Profitabilitas Pelanggan	26
2.3.2.1.	Time-Driven Activity Based Costing (TDABC).....	27
2.4.	<i>Customer Lifetime Value</i> (CLV)	28
2.4.1.	Pengukuran <i>Customer Lifetime Value</i>	29
2.4.2.	Komponen Metrik <i>Customer Lifetime Value</i>	30
2.5.	Penelitian Terdahulu.....	31
BAB III RANCANGAN PENELITIAN.....		34
3.1.	Latar Belakang Kontekstual Objek Penelitian	34
3.1.1.	Profil Objek Penelitian.....	34
3.1.2.	Sejarah singkat BISI Nusa Tenggara	34
3.1.3.	Visi, Misi, dan Tujuan BISI Nusa Tenggara.....	35
3.1.4.	Struktur Organisasi	36
3.1.5.	Pelanggan BISI Nusa Tenggara	36
3.1.6.	Rasionalitas Objek Penelitian	37
3.2.	Desain Penelitian	39
3.3.	Instrumen Penelitian.....	40
3.4.	Metoda Pengumpulan Data	41
3.5.	Teknik Analisis Data	44
3.6.	Alat Analisis Data	45
3.7.	Pengujian Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		50
4.1.	Profitabilitas Pelanggan Benih Jagung.....	50
4.1.1.	Pengukuran Profitabilitas Pelanggan <i>Free Market</i> Benih Jagung dengan Pendekatan TDABC	51
4.2.	Nilai Masa Hidup Pelanggan.....	53
4.2.1.	Komponen Nilai Masa Hidup Pelanggan <i>Free Market</i> Benih Jagung..	53

4.2.2.	Pengukuran Nilai Masa Hidup Pelanggan <i>Free Market</i> Benih Jagung	55
4.3.	Manajemen Hubungan Pelanggan BISI Nusa Tenggara	56
4.3.1.	Program Pelanggan BISI Nusa Tenggara	58
4.3.1.1.	Program Mitra Bisnis BISI Nusa Tenggara.....	58
4.3.1.2.	Program Pengguna Produk BISI Nusa Tenggara	60
4.3.2.	Program Kemitraan Petani BISI Nusa Tenggara	64
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		67
5.1.	Analisis Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> pada Aktivitas Pelanggan BISI Nusa Tenggara	67
5.1.1.	Proyeksi <i>Customer Relationship Management</i> pasca berakhirnya Proyek Pemerintah.....	70
5.2.	Peran Pengukuran Nilai Pelanggan dalam Mengelola Hubungan dengan Pelanggan	71
5.3.	Analisis Profitabilitas Pelanggan.....	74
5.3.1.	Kemungkinan Penerapan <i>Time-Driven Activity-Based Costing</i> pada BISI Nusa Tenggara.....	75
5.3.2.	Implikasi Penerapan <i>Time-Driven Activity-Based Costing</i>	76
5.4.	Analisis Nilai Masa Hidup Pelanggan.....	79
5.4.1.	Implikasi Pengukuran Nilai Masa Hidup Pelanggan	81
BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		83
6.1.	Kesimpulan.....	83
6.2.	Rekomendasi	86
6.2.1.	Rekomendasi untuk BISI Nusa Tenggara	87
6.2.2.	Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya	89
6.3.	Keterbatasan Penelitian	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		96