

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB II GAMBARAN UMUM PENULISAN	6
2.1 Kondisi Umum PT Mufida Fajar Utama.....	6
2.1.1 Profil Perusahaan PT Mufida Fajar Utama	6
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	7
2.1.3 Logo Perusahaan	8
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 <i>Relationship Marketing</i>	8
2.2.2 Pengertian Relasi.....	9
2.2.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
2.2.3.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
2.2.3.2 Strategi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	12
2.2.3.3 Fungsi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	17
2.2.3.4 Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	18
2.2.3.5 Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	19

2.2.3.6 Pendekatan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	19
2.2.3.7 Proses <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	23
2.2.3.8 Faktor-Faktor yang mempengaruhi CRM	24
2.2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Metodologi Penelitian	30
2.3.1 Lokasi Penelitian	30
2.3.2 Jenis dan Sumber Data	30
2.3.3 Metode Pengumpulan Data	32
2.3.4 Populasi dan Sampel	33
2.3.5 Teknik Analisis Data	34
2.3.6 Definisi Operasional Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	34
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN	37
3.1 Analisis <i>Customer Relationship Management</i>	37
3.3.1 <i>Customer Relationship Management</i>	37
3.2 Pembahasan	39
3.3 Diskusi	52
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	62
4.1 Kesimpulan	62
4.1 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	68