

DAFTAR ISI

COVER	i
PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pemasaran Relasional.....	12
2.2 Manajemen Hubungan Pelanggan (CRM)	16
2.3 Komponen CRM	21

2.3.1.	Hubungan Fokus Pelanggan Inti dengan Program Loyalitas	22
2.4	Program Loyalitas Pelanggan.....	24
2.5	Hubungan <i>CRM</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	27
2.6	Mengelola Hubungan Pelanggan B2B	29
2.7	Implementasi Program Loyalitas Pelanggan Garuda Indonesia.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		34
3.1	Desain Penelitian	34
3.2	Jenis Data	35
3.3	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4	Pemilihan Narasumber	37
3.5	Instrument Penelitian.....	38
3.6	Metode Analisis Data	41
3.6.1.	Reduksi Data.....	42
3.6.2.	Penyajian Data.....	42
3.6.3.	Penarikan Kesimpulan Data.....	42
3.7	Triangulasi.....	43
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
3.9	Batasan Penelitian	44
3.10	Profil Perusahaan.....	44
3.10.1.	Profil Garuda Indonesia.....	44
3.10.2.	Produk CRM pada PT. Garuda Indonesia, Tbk	45
3.10.3.	Proses Bisnis Relationship Management	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		48

4.1	Implementasi <i>Corporate Miles Program</i> untuk Member Garuda Indonesia	48
4.2	Profil Narasumber	49
4.3	Analisis Hasil Penelitian	50
4.4	Uji Triangulasi	58
4.5	Analisis <i>Corporate Miles Program</i> PT. Garuda Indonesia Tbk	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Keterbatasan	73
5.3	Saran	73
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Maskapai Perusahaan Penerbangan Di Indonesia	1
Tabel 1.2 Jumlah Pangsa Pasar Perusahaan Penerbangan di Indonesia.....	2
Tabel 3.1 Sumber dan Proses Pengumpulan Data	36
Tabel 3.2 Responden Penelitian	38
Tabel 4.1 Analisis Tingkatan Switcher Buyer	64
Tabel 4.2 Analisis Tingkatan Habitual Buyer.....	65
Tabel 4.3 Analisis Tingkatan Satisfied Buyer.....	66
Tabel 4.4 Analisis Tingkatan Liking the Brand	66
Tabel 4.5 Analisis Tingkatan Committed Buyer.....	67
Tabel 4.6 Penjualan Garuda Indonesia terhadap PT. H.M. Sampoerna.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Anggotaan GA Miles	4
Gambar 1.2 Pertumbuhan Corporate Garuda Indonesia	7
Gambar 2.1 Tingkatan Jenis Konsumen	14
Gambar 2.2 Proses Manajemen Hubungan Pelanggan	18
Gambar 2.3 The Customer Loyalty Pyramid	23
Gambar 2.4 Skema Kerja Sama B2B	30
Gambar 2.5 Proses B2B	31
Gambar 4.1 Piramida Loyalitas Merek	63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	79
LAMPIRAN B	91