

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian	11
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.6. Lingkup Penelitian	13
1.7. Metode Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI	17
2.1 Kekuatan Bersaing (<i>Porter's Five Competitive Forces</i>)	18
2.1.1 Persaingan Antar Perusahaan Sejenis (<i>Competition from Rival Sellers</i>)	19
2.1.2 Ancaman dari Pendetang Baru (<i>Threat of New Entrants</i>)	20
2.1.3 Ancaman Produk Substitusi	21
2.1.4 Daya Tawar Penjual/Pemasok (<i>Bargaining Power of Supplier</i>)	21
2.1.5 Daya Tawar Pembeli (<i>Bargaining Power of Buyers</i>)	22
2.2 Analisis SWOT	23
2.3 Analisis VRIN	24

2.4	<i>Market – Driven Strategy</i>	26
2.5	Perilaku Konsumen	29
2.6	Segmentasi pasar	33
2.7	Manajemen Hubungan Pelanggan (<i>Customer Relationship Management – CRM</i>)	37
2.7.1	Tujuan Manajemen Hubungan Pelanggan.....	41
2.7.2	Tipe-tipe Manajemen Hubungan Pelanggan	42
2.8	Profitabilitas Pelanggan	44
2.9	Nilai Masa Hidup Pelanggan (<i>Customer Lifetime Value - CLV</i>).....	45
2.9.1	Pengukuran Nilai Masa Hidup Pelanggan (<i>Customer Lifetime Value</i>)	49
2.9.2	Penelitian Terdahulu	52
BAB III METODA PENELITIAN		54
3.1	Desain Penelitian	54
3.2	Metoda Pengumpulan Data	55
3.2.1	Data dan Sumber Data.....	55
3.2.2	Jenis atau Tipe Data.....	56
3.2.3	Langkah-langkah Pengumpulan Data.....	57
3.2.4	Waktu Pengumpulan Data	59
3.3	Metoda Analisis Data	59
3.4	Kerangka Analisis Penelitian.....	63
BAB IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN		66
4.1	Deskripsi Data	66
4.1.1	Profil PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk	66
4.1.2	Visi, Misi, dan Arah Kebijakan Umum Bank BTN	67
4.1.3	<i>Highlight</i> Kinerja Bank BTN Tahun 2018 (Q3).....	68
4.1.4	Strategi Bisnis Bank BTN dalam Pembiayaan Perumahan .	70
4.1.5	Program Penjualan KPR Tahun 2018.....	79
4.1.6	Kebijakan Segmentasi Pasar Bank BTN	81

4.1.7	Pehitungan Nilai Masa Hidup Pelanggan (<i>Customer Lifetime Value-CLV</i>).....	83
4.1.8	Kondisi <i>Existing</i> Pengelolaan Pelanggan	89
4.2	Analisis SWOT.....	90
4.2.1	Analisis Kekuatan Internal Bank BTN.....	90
4.2.2	Analisis Kelemahan Internal Bank BTN	91
4.2.3	Analisis Peluang Bisnis Bank BTN.....	93
4.2.4	Analisis Ancaman Bisnis Bank BTN	95
4.3	Analisis Lima Kekuatan Persaingan (<i>Porter's Five Forces Analysis</i>)	96
4.3.1	Persaingan Antar Kompetitor	97
4.3.2	Ancaman Pendetang Baru	102
4.3.3	Daya Tawar Pemasok	103
4.3.4	Daya Tawar Pembeli	104
4.3.5	Ancaman Produk / Jasa Pengganti	105
4.4	Analisis Keunggulan Bersaing	107
4.4.1	Analisis Sumber Daya Berwujud	107
4.4.2	Analisis Sumber Daya Tidak Berwujud	116
4.5	Analisis Segmentasi Pelanggan	124
4.6	Analisis Penerapan Manajemen Hubungan Pelanggan pada Aktivitas Pelanggan Kredit Konsumer Bank BTN.....	127
4.6.1	Analisis Tipe Manajemen Hubungan Pelanggan <i>Existing</i> ..	128
4.6.2	Analisis Penerapan Prinsip Manajemen Hubungan Pelanggan	129
4.6.3	Analisis Hasil Perhitungan Nilai Masa Hidup Pelanggan ..	134
BAB 5	SIMPULAN	138
5.1	Simpulan.....	138
5.1.1	Keunggulan Bersaing Bank BTN.....	139
5.1.2	Nilai Masa Hidup Pelanggan Bank BTN	140
5.2	Implikasi	142
5.3	Keterbatasan	142

5.4	Saran	143
-----	-------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN