

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>v</b>
<b>Daftar Lampiran.....</b>	<b>vii</b>
<b>Daftar Tabel .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Gambar.....</b>	<b>ix</b>
<b>Daftar Singkatan.....</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 .....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Motivasi Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	11
1.7 Kontribusi Penelitian .....	12
1.8 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	13
1.9 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Perilaku Konsumen .....	15
2.2 <i>Profitabilitas</i> Pelanggan .....	18
2.3 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	20
2.3.1 Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	22
2.3.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> .....	23
2.3.3 Tataran <i>Customer Relationship Management</i> .....	25
2.3.4 Proses <i>Customer Relationship Management</i> .....	26
2.4 Nilai Masa Hidup Pelanggan atau <i>Customer Lifetime Value (CLV)</i> .....	28
2.4.1 Pengukuran Nilai Masa Hidup Pelangga (CLV) .....	30
2.4.2 Komponen-komponen Nilai Masa Hidup Pelanggan .....	21
2.5 Penelitian Terdahulu.....	36
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>40</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	40
3.2 Sumber dan Jenis Data.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	42
3.3.1 Dokumentasi .....	42

3.3.2	Wawancara.....	42
3.3.3	Observasi.....	43
3.4	Teknik Analisis Data.....	43
3.5	Model Penelitian .....	47
3.6	Alat Analisis Data .....	49
3.7	Pengujian Data .....	51
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
4.1	Profile CV. Gunawita Mandiri.....	54
4.2	Deskripsi Data.....	56
4.2.1	Segmentasi Pelanggan .....	56
4.2.1.1	Pelanggan dengan transaksi oli.....	58
4.2.1.2	Pelanggan dengan transaksi ban .....	60
4.2.1.3	Pelanggan dengan transaksi sparepart .....	61
4.3	Pembahasan.....	63
4.3.1	Analisis <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) .....	63
4.3.2	Perhitungan <i>Customer Life-Time Values</i> (CLV).....	69
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>81</b>
5.1	Simpulan .....	81
5.2	Alat Analisis Data .....	82
5.3	Keterbatasan.....	85
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>

