

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
 BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penelitian.....	7
 BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. <i>Business to Business (B2B)</i>	10
2.2. Konsep <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	11
2.2.1. Prinsip Dasar <i>Customer Relationship Managemen</i>	12
2.2.2. Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	14
2.2.3. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i>	15
2.2.4. Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	17
2.3. Kerangka Berpikir.....	23
 BAB III. METODE PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian.....	26
3.2. Jenis Data.....	27
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	27

3.4. Pemilihan Narasumber.....	28
3.5. Karakteristik Narasumber.....	28
3.6. Teknik Analisis Data.....	33
3.6.1. Reduksi Data.....	34
3.6.2. Penyajian Data.....	35
3.6.3. Menarik Kesimpulan.....	35
3.7. Triangulasi.....	36
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	38
3.9. Batasan Penelitian.....	38
3.10. Profil Perusahaan.....	39
3.10.1. Armada dan Jaringan.....	39
3.10.2. Keunggulan Bersaing.....	40
3.10.3. <i>Distribution Channel</i> dan Jenis Pelayanan.....	41
3.10.4. Proses Bisnis Pelayanan dan Penanganan Kargo Udara.....	42
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Profil Narasumber.....	49
4.2. Analisis Hasil Penelitian	51
4.2.1. <i>CRM Strategy-Implementation and Organizational Readiness</i>	51
4.2.2. Pemahaman <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	58
4.2.3. CRM-Dimensi <i>Key Customer Focus</i>	60
4.2.4. CRM-Dimensi <i>CRM Organization</i>	71
4.2.5. CRM-Dimensi <i>Technology-Based CRM</i>	78
4.2.6. CRM-Dimensi <i>Knowledge Management</i>	85
4.3. Uji Triangulasi.....	89
4.4. Ringkasan Analisis Implementasi Keempat Dimensi CRM.....	90
 BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	101
5.2. Saran.....	104
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Pedoman Pertanyaan Wawancara Secara Umum.....	30
Tabel 3.2. Pedoman Pertanyaan Wawancara Dimensi CRM <i>Key Customer Focus</i>	31
Tabel 3.3. Pedoman Pertanyaan Wawancara Dimensi CRM <i>Organization</i>	31
Tabel 3.4. Pedoman Pertanyaan Wawancara Dimensi <i>Technology-based CRM</i>	32
Tabel 3.5. Pedoman Pertanyaan Wawancara Dimensi <i>Knowledge Management</i>	33
Tabel 4.1. CRM <i>Strategy Implementation & Organizational Readines</i>	57
Tabel 4.2. CRM-Dimensi <i>Key Customer Focus</i>	70
Tabel 4.3. CRM-Dimensi CRM <i>Organization</i>	78
Tabel 4.4. CRM-Dimensi <i>Technology-Based CRM</i>	84
Tabel 4.5. CRM-Dimensi <i>Knowledge Management</i>	89
Tabel 4.6. Analisis Keseluruhan Implementasi Dimensi CRM.....	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>CRM Scale Development</i>	18
Gambar 2.2. Bagan Kerangka Berpikir Impelentasi CRM.....	24
Gambar 3.1. Struktur Organisasi SBU Garuda Cargo PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.....	29
Gambar 3.2. Proses Bisnis Garuda Indonsia Cargo Secara Umum.....	43
Gambar 3.3. Proses Bisnis Layanan Produk <i>Go Express City to Door</i>	46
Gambar 3.4. Proses Bisnis Layanan Produk <i>Go Express Door to Door</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Transkrip Wawancara

Lampiran B. Rincian Uji Triangulasi Hasil Wawancara