

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
INTISARI.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penulisan	4
1.5 Manfaat Penulisan	4
1.6 Kerangka Penulisan.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM.....	7
2.1. Kondisi Umum	7
2.1.1 Struktur Organisasi	10
2.2 Studi Literatur.....	14
2.2.1 Loyalitas Konsumen.....	14
2.2.2 <i>Customer Relationship Management</i>	15

2.3	Metode Penulisan	19
2.3.1	Jenis dan Sumber Data	20
2.3.2	Metode Pengumpulan Data	20
2.3.3	Teknik Analisis Data	21
BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN		23
3.1	Komponen Customer Relationship Management dengan Aplikasinya di PT Astra International , Tbk – Honda Yogyakarta	23
3.1.1	Proses	26
3.1.2	Teknologi	31
3.2	Tahapan Customer Relationship Management Menurut Teori dan Aplikasi di PT Astra International, Tbk – Honda Yogyakarta	35
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		39
4.1	Kesimpulan	39
4.2	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA		42
LAMPIRAN		43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo PT Astra International, Tbk	7
Gambar 2 Logo Astra Motor.....	10
Gambar 3 Struktur <i>Sales Office</i>	12
Gambar 4 Konten Portal HSO.....	28
Gambar 5 Portal HSO	33
Gambar 6 <i>SMS Center</i>	34
Gambar 7 <i>Showroom Event</i>	37
Gambar 8 <i>membership card</i>	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Definisi Proses	26
Tabel 2 Klasifikasi Proses	28
Tabel 3 Definisi Teknologi	31
Tabel 4 Tiga Tahapan Customer Relationship Management	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tampilan Portal HSO	43
Lampiran 2 Tampilan Inbox SMS Center	43
Lampiran 3 Tampilan Outbox SMS Center	44
Lampiran 4 <i>Gathering Showroom Event</i>	44
Lampiran 5 <i>Membership Card</i>	45