

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR ISI	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah	11
BAB II	12
KAJIAN TEORI	12
A. Strategi Pemasaram	12
B. Loyalitas Pelanggan	14
C. Customer Bonding	22
D. Kepuasan Pelanggan	29
E. Penelitian Terdahulu	30
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	38
C. Kehadiran Peneliti	39
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Analisis Data	43

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	45
H. Tahap – Tahap Penelitian	49
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN.....	50
A. Profil Lembaga.....	50
B. Paparan Data	55
C. Temuan Penelitian.....	91
BAB V	97
PEMBAHASAN.....	97
A. Strategi Customer Bonding Pada Pemasaran Terhadap Pembelian Di Kafe Kopi Akhir Bulan Di Kota Pare Kabupaten Kediri	97
B. Peran Customer Bonding Berdasarkan Fase Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan, Dan Keputusan Pembelian Konsumen Di Kafe Kopi Akhir Bulan Di Kota Pare Kabupaten Kediri	100
BAB VI.....	105
KESIMPULAN.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	109