

DAFTAR ISI

SAMPUL DEPAN	i
SAMPUL BELAKANG	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian	8
F. Penegasan Istilah	9
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Teori Dasar	13
1. Pemasaran.....	13
2. Loyalitas Pelanggan.....	15
3. <i>Customer Relationship Management</i>	20

4. Kualitas Pelayanan	24
5. Komunikasi.....	29
B. Kajian Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Konseptual	39
D. Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian	43
C. Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran.....	45
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN	55
A. Gambaran Objek Penelitian.....	55
B. Karakteristik Responden	57
C. Deskripsi Variabel	59
D. Hasil Penelitian	61
1. Uji Instrumen data	61
2. Uji Asumsi Klasik.....	63
3. Uji Regresi Linier Berganda.....	67
4. Uji Hipotesis.....	69
BAB V PEMBAHASAN	74
A. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM), Kualitas Pelayanan, dan Komunikasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas.....	74
B. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) terhadap Loyalitas Pelanggan.	75

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas.....	77
D. Pengaruh Komunikasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Manggala Jaya Gas.....	79
BAB VI PENUTUP	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85