

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Sampul Luar..	i
Halaman Sampul Dalam.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Tulisan.....	iii
Lembar Persetujuan Pembimbing.....	iv
Lembar Pengesahan.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
Abstrak.....	xvii
Abstract.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Penegasan Istilah.....	11
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	15
1. Pengertian <i>Customer</i>	15
2. Pengertian <i>Customer</i> <i>Relationship Management</i> (CRM).....	16

3. Komponen Utama <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	18
4. Tahapan Dalam <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	22
5. Tujuan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	27
6. Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	28
7. Kategorisasi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	29
8. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Dalam Perspektif Islam.....	31
B. Loyalitas Pelanggan.....	34
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	34
2. Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perilaku Dan Sikap.....	35
3. Loyalitas Dan Siklus Pembelian Pelanggan.....	36
4. Membangun Loyalitas Pelanggan.....	37
5. Manfaat Pelanggan Loyal.....	38
C. Penelitian Terdahulu.....	38
D. Kerangka Konseptual.....	42
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	44
B. Jenis Penelitian.....	45
C. Lokasi Penelitian.....	46

D.	Kehadiran Peneliti.....	46
E.	Data dan Sumber Data.....	47
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	47
	1. Wawancara.....	47
	2. Observasi.....	48
	3. Dokumentasi.....	49
G.	Teknik Analisis Data.....	50
H.	Pengecekan Keabsahan Temuan.....	51
	1. Kredibilitas.....	52
	2. Trianggulasi.....	52
	3. Uji <i>Transferability</i> (Keteralihan).....	53
	4. Uji <i>Depentability</i> (Kebergantungan).....	53
	5. Uji <i>Confirmability</i> (Kepastian).....	53
I.	Tahap-Tahap Penelitian.....	54
	1. Tahap Pra Lapangan.....	54
	2. Tahap Lapangan.....	54
	3. Tahap Pengolahan Data.....	54

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A.	Paparan Data.....	56
	1. Observasi.....	56
	2. Wawancara.....	58
	1. Penerapan Adaptasi Teknologi Dari Strategi Pada <i>Customer Relationship</i> <i>Management (CRM)</i> Untuk Memperoleh Pelanggan Baru Pada <i>Bengkel Perto Cat Body</i> <i>Repair</i> Dalam Perspektif Islam.....	59

2. Penerapan Strategi Pada <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Dalam Memanfaatkan Data Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	64
3. Penerapan Strategi Pada <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Dari Loyalitas Pelanggan Pada <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	67
B. Analisis Data.....	74
1. <i>Triangulasi Sumber</i>	75
2. <i>Triangulasi Metode</i>	83
3. <i>Triangulasi Teori</i>	88
C. Temuan Penelitian.....	99

BAB V : PEMBAHASAN

1. Penerapan Adaptasi Teknologi Dari Strategi Pada <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Untuk Memperoleh Pelanggan Baru Pada <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	104
2. Penerapan Strategi Pada <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Dalam Memanfaatkan Data	

	Pelanggan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	107
3.	Penerapan Strategi Pada <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> Dalam Meningkatkan Nilai Tambah Dari Loyalitas Pelanggan Pada <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	108
BAB VI : KESIMPULAN		
	A. Kesimpulan.....	111
	B. Saran.....	112
	Daftar Pustaka.....	113

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 4.1 Struktur Organisasi <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	57
Tabel 4.2 Deskripsi Struktur Organisasi <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	57
Tabel 4.3 Deskripsi <i>Customer Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	58
Tabel 4.4 Grafik Keuntungan <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i> Tahun 2020-2024.....	74
Tabel 4.5 <i>Triangulasi Sumber</i>	75
Tabel 4.6 <i>Triangulasi Metode</i>	83
Tabel 4.7 <i>Triangulasi Teori</i>	88

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 4.1 Wajah Depan <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	69
Gambar 4.2 Brosur <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	69
Gambar 4.3 Promosi Peralatan Canggih Digunakan <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	70
Gambar 4.4 <i>Briefing</i> Evaluasi Dan Perbaikan.....	70
Gambar 4.5 Layanan Bonus Ganti Olie.....	71
Gambar 4.6 Pengerjaan Klaim Garansi <i>Bengkel Perto Cat Body Repair</i>	71
Gambar 4.7 Layanan <i>One Stop Service</i> Ganti Kaca Film.....	72
Gambar 4.8 Gambar <i>List</i> Layanan Tambahan <i>One Stop Service</i> Ganti Kaca Film.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Pedoman Wawancara Pemilik Bengkel.....	115
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Kepala Bengkel.....	118
Lampiran 3 Pedoman Wawancara Karyawan Bengkel 1	125
Lampiran 4 Pedoman Wawancara Karyawan Bengkel 2.....	126
Lampiran 5 Pedoman Wawancara <i>Customer</i> Bengkel 1.....	128
Lampiran 6 Pedoman Wawancara <i>Customer</i> Bengkel 2.....	132
Lampiran 7 Surat Ijin Penelitian.....	133
Lampiran 8 Surat Keterangan Melakukan Penelitian.....	134
Lampiran 9 Surat Keterangan Wawancara.....	135
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	142