

DAFTAR ISI

JUDUL BAGIAN DALAM	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.3.1 Maksud	9
1.3.2 Tujuan	10
1.4 Kegunaan Penelitian	10
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu	10
1.4.2 Kegunaan Operasional	11
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	11

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS PENELITIAN	12
2.1	Tinjauan Pustaka	12
2.1.1	Tinjauan Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	12
2.1.1.2	Proses Pemasaran	13
2.1.2	Tinjauan <i>Relationship Marketing</i>	16
2.1.2.1	Konsep <i>Relationship Marketing</i>	16
2.1.2.2	Konsep <i>Customer Retention</i>	19
2.1.3	Tinjauan <i>Customer Relationship Management</i>	22
2.1.3.1	Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	22
2.1.3.2	Konsep <i>Customer Relationship Management</i>	24
2.1.4	Perilaku Konsumen	29
2.1.4.1	Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	29
2.1.4.2	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	33
2.1.4.3	Tinjauan Kepuasan Pelanggan	35
2.1.4.4	Tinjauan <i>Customer Loyalty</i>	36
2.1.5	Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> Terhadap <i>Customer Loyalty</i>	41
2.1.6	Penelitian Terdahulu	44
2.2	Kerangka Pemikiran	47
2.3	Paradigma Penelitian	50
2.4	Hipotesis	51

BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	52
3.1	Objek Penelitian	52
3.1.1	Sejarah dan Profil PT. Lotte Shopping Indonesia Store	
	05 Bandung	52
3.1.2	Visi dan Misi PT. Lotte Shopping Indonesia Store	
	05 Bandung	57
3.1.3	Motto/Slogan PT. Lotte Shopping Indonesia Store	
	05 Bandung	58
3.1.4	Struktur Organisasi PT. Lotte Shopping Indonesia Store	
	05 Bandung	58
3.2	Metode Penelitian	62
3.2.1	Metode Penelitian yang digunakan	62
3.2.2	Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel	
	Penelitian	63
	3.2.2.1 Definisi Variabel	63
	3.2.2.2 Operasionalisasi Variabel	64
3.2.3	Populasi dan Teknik Penentuan Sampel	68
	3.2.3.1 Populasi	68
	3.2.3.2 Sampel	68
3.2.4	Sumber dan Jenis Data	69
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	70
3.2.6	Rancangan Pengujian Hipotesis	73
	3.2.6.1 Instrumen Penelitian	73
	3.2.6.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	74

3.2.6.3	<i>Methodes Succesive Interval (MSI)</i>	77
3.2.6.4	Uji Asumsi Klasik	78
3.2.6.5	Regresi Linier Sederhana	79
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	83
4.1.1	Hasil Uji Validitas	83
4.1.2	Hasil Uji Reliabilitas	85
4.2	Karakteristik Responden	86
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	87
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	88
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	89
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	90
4.2.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Perbulan	91
4.2.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan <i>LOTTE Mart Wholesale Bandung</i>	92
4.2.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok <i>LOTTE Members Wholesale</i>	94
4.3	Analisis <i>Customer Relationship Management</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	95

4.3.1	Tanggapan Responden Mengenai Mendapatkan Pelanggan pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	95
4.3.1.1	Tanggapan Responden Mengenai Manfaat LOTTE <i>Members Point</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	95
4.3.1.2	Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Penggunaan <i>Credit Card</i> untuk <i>All Variant Product</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	96
4.3.1.3	Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	97
4.3.1.4	Tanggapan Responden Mengenai Manfaat <i>Delivery Service</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	99
4.3.2	Tanggapan Responden Mengenai Mempertahankan Pelanggan pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	100
4.3.2.1	Tanggapan Responden Mengenai Penanganan Keluhan pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	100
4.3.2.2	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Menyelesaikan Masalah pada	

PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	101
4.3.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Kesigapan Petugas Lapangan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	102
4.3.2.4 Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan dan Keramahan Petugas Lapangan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	104
4.3.2.5 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Pemberian Hadiah pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung.....	105
4.3.2.6Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Informasi Pelanggan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	106
4.3.3 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Informasi Melalui <i>Website</i> , Media Telepon, dan <i>LOTTE Mail</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	107
4.3.4 Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Relationship Management</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	109
4.4 Analisis <i>Customer Loyalty</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung.....	111
4.4.1 Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Ulang	

Secara Teratur pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	111
4.4.2 Tanggapan Responden Mengenai Membeli di Luar Lini Produk/Jasa pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	112
4.4.3 Tanggapan Responden Mengenai Mengajak Orang Lain pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung.....	114
4.4.4 Tanggapan Responden Mengenai Menunjukkan Kekebalan dari Tarikan Persaingan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	115
4.4.5 Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Loyalty</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	116
4.5 Uji Normalitas	118
4.6 Analisis Korelasi	119
4.6 Analisis Determinasi (R^2)	120
4.7 Uji Koefisien Regresi (Uji t) Variabel <i>Customer</i> <i>Relationship Management (X)</i>	121

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1	Kesimpulan	123
5.2	Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA126

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan yang Aktif dalam Melakukan Transaksi Berbelanja Setiap Bulan di Tahun 2014 PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	5
Tabel 1.2	Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Relationship Management</i> dan <i>Customer Loyalty</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung.....	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	65
Tabel 3.2	Skala Nilai Alternatif Jawaban	73
Tabel 3.3	Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	81
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	83
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Loyalty</i>	84
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas	85
Tabel 4.4	Jenis Kelamin Responden	86
Tabel 4.5	Usia Responden.....	87
Tabel 4.6	Tingkat Pendidikan Responden.....	88
Tabel 4.7	Pekerjaan Responden	89
Tabel 4.8	Pendapatan perbulan	90
Tabel 4.9	Pembelian Perbulan.....	91
Tabel 4.10	Lamanya Menjadi Pelanggan LOTTEMart Wholesale Bandung ..	93
Tabel 4.11	Kelompok LOTTE Members Wholesale.....	94

Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai Manfaat <i>LOTTE Members Point</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	95
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Manfaat Penggunaan <i>Credit Card</i> untuk <i>All Variant Product</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	96
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Harga Produk pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	98
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Mengenai Manfaat <i>Delivery Service</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	99
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Mengenai Penanganan Keluhan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	100
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Menyelesaikan Masalah pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	101
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Mengenai Kesigapan Petugas Lapangan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	102
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Mengenai Kesopanan dan Keramahan Petugas Lapangan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i>	103
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Pemberian Hadiah pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05 Bandung</i> ...	105
Tabel 4.21	Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Informasi Pelanggan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store 05</i>	

	Bandung	106
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Informasi Melalui <i>Website</i> , Media Telepon, dan <i>LOTTE Mail</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung.....	107
Tabel 4.23	Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Relationship Management</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	109
Tabel 4.24	Tanggapan Responden Mengenai Pembelian Ulang Secara Teratur pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung...	111
Tabel 4.25	Tanggapan Responden Mengenai Membeli di Luar Lini Produk/Jasa pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	113
Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Mengajak Orang Lain pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung.....	114
Tabel 4.27	Tanggapan Responden Mengenai Menunjukkan Kekebalan dari Tarikan Persaingan pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung	115
Tabel 4.28	Akumulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer</i> <i>loyalty</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia <i>Store</i> 05 Bandung ...	116
Tabel 4.29	Uji Normalitas	119
Tabel 4.30	Analisis Korelasi	119
Tabel 4.31	Analisis Determinasi (R^2)	120
Tabel 4.32	Uji Koefisien Regresi (Uji <i>t</i>) Variabel <i>Customer Relationship</i> <i>Management</i> (X)	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Sederhana Proses Pemasaran	13
Gambar 2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	29
Gambar 2.3	Proses Keputusan Pembelian	34
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	49
Gambar 2.5	Paradigma Penelitian	50
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	59
Gambar 3.2	Kurva Hipotesis	82
Gambar 4.1	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	86
Gambar 4.2	<i>Pie Chart</i> Usia Responden	87
Gambar 4.3	<i>Pie Chart</i> Tingkat Pendidikan Responden	88
Gambar 4.4	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden	89
Gambar 4.5	<i>Pie Chart</i> Pendapatan Perbulan Responden	90
Gambar 4.6	<i>Pie Chart</i> Pembelian Perbulan Responden	92
Gambar 4.7	<i>Pie Chart</i> Pembelian Perbulan Responden	93
Gambar 4.8	<i>Pie Chart</i> Kelompok LOTTE Members Wholesale	94
Gambar 4.9	Garis Kontinum Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Relationship Management</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung	110
Gambar 4.10	Garis Kontinum Tanggapan Responden Mengenai <i>Customer Loyalty</i> pada PT. Lotte Shopping Indonesia Store 05 Bandung.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Tabel Hasil Kuisisioner
- Lampiran 3 Tabel Hasil Pengolahan *Methodes Succesive Interval* (MSI)
- Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data (Output SPSS 20.0)
- Lampiran 5 SK Bimbingan Skripsi
- Lampiran 6 Photocopy Kartu Bimbingan
- Lampiran 7 Surat Keterangan Pelaksanaan Penelitian
- Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

