

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
 BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	8
 BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Deskripsi Teori.....	10
1. Konsep Dasar <i>Customer Relationship Management</i> (<i>CRM</i>)	10
2. Konsep Dasar Loyalitas Konsumen	16
3. Konsep Dasar Kepuasan Konsumen	21
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berpikir.....	26
D. Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	31
B. Sumber Data Penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel	32
D. Tata Variabel Penelitian.....	33
E. Definisi Operasional.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	36
1. Uji Validitas Instrumen	36
2. Uji Reliabilitas Konsumen	36
H. Uji Asumsi Klasik.....	37
1. Uji Multikolinieritas.....	37
2. Uji Heteroskedastisitas.....	37
3. Uji Autokorelasi.....	38
4. Uji Normallitas.....	38
I. Teknik Analisis Data	39
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
2. Uji t (Signifikansi Parameter Parsial)	39
3. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	40
J. Uji Efek Mediasi (<i>Intervening</i>)	40

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
1. Sejarah Singkat Yamaha Mataram Sakti	42
2. Profil Yamaha Mataram Sakti Kudus	42
3. Visi, Misi, dan Filosofi Yamaha Mataram Sakti	43
4. Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> di Yamaha Mataram Sakti Kudus	44
B. Deskripsi Responden.....	44
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden.....	45

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden.....	45
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Produk yang Dibeli	46
C. Deskripsi Data Penelitian.....	47
1. Variabel <i>Customer Relationship Management</i>	48
2. Variabel Loyalitas Konsumen	49
3. Variabel Kepuasan Konsumen	50
D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen.....	50
1. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	50
2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	52
E. Uji Asumsi Klasik.....	53
1. Uji Multikolinieritas.....	53
2. Uji Heteroskedastisitas.....	54
3. Uji Autokorelasi	54
4. Uji Normalitas.....	55
F. Pengujian Hipotesis.....	56
1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t	56
2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
3. Uji <i>Intervening</i>	60
G. Pembahasan.....	61
1. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Konsumen Yamaha Mataram Sakti Kudus	61
2. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Kepuasan Konsumen di Yamaha Mataram Sakti Kudus	63
3. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada Yamaha Mataram Sakti Kudus	65
H. Implikasi Penelitian.....	67
1. Implikasi Teoritis	67
2. Implikasi Praktis	67

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan	69
---------------------	----

B. Keterbatasan Penelitian.....	70
C. Saran	71
D. Penutup.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Penjualan Yamaha Mataram Sakti.....	6
Tabel 3.1	: Variabel dan Indikator Penelitian	34
Tabel 4.1	: Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	: Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Responden	46
Tabel 4.3	: Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Dibeli.....	47
Tabel 4.4	: Hasil Jawaban Responden	48
Tabel 4.5	: Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden	51
Tabel 4.6	: Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Non Responden.....	52
Tabel 4.7	: Hasil Uji Asumsi Klasik	53
Tabel 4.8	: Hasil Uji Hipotesis.....	56
Tabel 4.9	: Analisis Jalur	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 : Bagan Analisis Jalur	61

