

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori.....	11
1. <i>Relationship Marketing</i>	11
a. Definisi <i>Relationship Marketing</i>	11
b. Strategi <i>Relationship Marketing</i>	12
c. Tujuan <i>Relationship Marketing</i>	13
d. Indikator <i>Customer Relationship Marketing</i> .	14
e. Proses <i>Customer Relationship Marketing</i>	16
f. Kegagalan CRM	17
2. <i>Experiential Marketing</i>	19
a. Definisi <i>Experiential Marketing</i>	19
b. Strategi <i>Experiential</i>	20
c. Hubungan antara <i>Experiential Marketing</i> dengan Kepuasan	23
3. Kepuasan Pelanggan	24
a. Definisi Kepuasan Pelanggan	24
b. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan	25
c. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	27
d. Elemen Program Kepuasan Pelanggan	28
e. Manfaat Program Kepuasan Pelanggan	31
f. Memudahkan Konsumen Dalam Perspektif Islam.....	32
B. Hasil Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Berpikir	42
D. Hipotesis Penelitian	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	45
B. Sumber Data	45
C. Populasi dan Sampel Penelitian	46
D. Tata Variabel Penelitian	47
E. Definisi Operasional	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	51
H. Uji Asumsi Klasik	51
I. Teknik Analisis Data	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PO. Hariyanto Kudus	56
1. Profil Perusahaan	56
2. Fasilitas dan Garis Besar Operasional Perusahaan	58
3. Struktur Organisasi Perusahaan	61
B. Hasil Penelitian	64
1. Deskripsi Identitas Responden	65
2. Hasil Pengumpulan Data	67
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	71
D. Asumsi Klasik	74
E. Analisis Data	77
F. Pembahasan	80
1. Pengaruh <i>Customer Relationship Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	79
2. Pengaruh <i>Experiental Marketing</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	80
G. Implikasi Penelitian	82

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	84
B. Keterbatasan Penelitian	85
C. Saran	85
D. Penutup	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN PENULIS