

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah, dan Rumusan Masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.3.1 Tujuan Penelitian	12
1.3.2 Kegunaan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.1.1 <i>Holistic Marketing</i>	13
2.1.2 <i>Relationship Marketing</i>	14
2.1.3 <i>Customer Relationship Management</i>	16
2.1.4 Retensi Pelanggan (<i>customer retention</i>)	25
2.1.5 Program <i>Customer Bonding</i>	28
2.1.5.1 <i>Awareness Bonding</i> (Membangun Keterikatan).....	32
2.1.5.2 <i>Identifying Bonding</i> (Pengenalan Keterikatan).....	33
2.1.5.3 <i>Relationship Bonding</i> (Keterikatan Hubungan)	34

2.1.5.4 <i>Community Bonding</i> (Keteikatan Komunitas).....	35
2.1.5.5 <i>Advocacy Bonding</i> (Keterikatan sebagai Penganjur).....	37
2.1.6 Loyalitas Pelanggan	38
2.1.6.1 Definisi Loyalitas Pelanggan.....	38
2.1.6.2 Faktor-Faktor yang memengaruhi Loyalitas Pelanggan	41
2.1.6.1 Tingkatan Loyalitas Pelanggan	43
2.1.7 Pengaruh Program <i>Customer Bonding</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
2.2 Kerangka Pemikiran	48
2.3 Hipotesis	53
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	54
3.1 Objek Penelitian	54
3.2 Metode dan Desain Penelitian	55
3.2.1 Metode Penelitian.....	55
3.2.2 Desain Penelitian.....	56
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	57
3.4 Sumber Data, Alat Pengumpul Data.....	61
3.4.1 Sumber Data Penelitian.....	61
3.4.2 Teknik Pengumpul Data.....	63
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	64
3.5.1 Populasi	64
3.5.2 Sampel.....	64
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	66

3.6 Rancangan Analisis Data, Teknis Analisis Data dan Uji Hipotesis	68
3.6.1 Rancangan Analisis Data	68
3.6.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	70
3.6.1.1 Pengujian Validitas.....	70
3.6.1.1 Pengujian Reliabilitas	74
3.6.3 Teknis Analisis Data dan Uji Hipotesis	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
4.1 Hasil Penelitian.....	83
4.1.1 Profil PT Telkomsel dan Kartu As Sebagai Produk Kartu Prabayar Telkomsel	83
4.1.1.1 Profil PT Telkomsel.....	83
4.1.1.2 Kartu As Sebagai Produk Kartu Prabayar PT Telkomsel	83
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Pengguna.....	87
4.1.2.1 Karakteristik Pengguna.....	87
4.1.2.2 Pengalaman Pengguna	89
4.1.3 Pelaksanaan Program <i>Customer Bonding</i>	94
4.1.3.1 Tanggapan Pengguna Terhadap Pelaksanaan Program <i>Awareness Bonding</i> Kartu As.....	94
4.1.3.2 Tanggapan Pengguna Terhadap Pelaksanaan Program <i>Identifying Bonding</i> Kartu As.....	100
4.1.3.3 Tanggapan Pengguna Terhadap Pelaksanaan Program <i>Relationship Bonding</i> Kartu As.....	104
4.1.3.4 Tanggapan Pengguna Terhadap Pelaksanaan Program <i>Community Bonding</i> Kartu As	109

4.1.3.5	Tanggapan Pengguna Terhadap Pelaksanaan Program <i>Advocacy Bonding</i> Kartu As	114
4.1.3.6	Tanggapan Rekapitulasi Variabel Penelitian Program <i>Customer Bonding</i> Kartu As	118
4.1.4	Gambaran dan Tingkatan Loyalitas Pelanggan Kartu As	119
4.1.4.1	Gambaran Loyalitas Pelanggan Kartu As.....	119
4.1.4.2	Tingkatan Loyalitas Pelanggan Kartu As	125
4.1.5	Pengujian Hipotesis.....	127
4.2	Pembahasan Pengaruh Program <i>Customer Bonding</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu As	133
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	143
5.1	Kesimpulan.....	143
5.2	Saran	144
DAFTAR PUSTAKA	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xix