

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH.....	vi
Saya yang bertandatangan dibawah ini:.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
PERSEMBAHAN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTISASRI.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiii
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7

1.4 Manfaat Penelitian.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 <i>Electronic Customer Relationship Managemen</i>	9
2.2 <i>Customer Satisfaction</i>	11
2.3 <i>Customer Trust</i>	12
2.4 <i>Cutomers Retention</i>	13
2.5 Pengembangan Hipotesis	14
2.5.1 Hubungan <i>Electronic Customer Relationship Managemen (E-CRM)</i> dengan <i>Customer Satisfaction (CS)</i>	14
2.5.2 Hubungan <i>Electronic Customer Relationship Management</i> dengan <i>Customer Retention</i>	17
2.5.3 Hubungan <i>Electronic Customer Relationship Management</i> dengan <i>Customer Trust</i>	19
2.5.4 Hubungan <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Customer Retention</i>	21
2.5.5 Hubungan <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	23
2.6 Kerangka Pemikiran	25
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Populasi Dan Sampel	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel	26
3.3 Sumber dan Jenis Data	27
3.3.1 Primer	27

3.3.2	Sekunder	27
3.4	Metode Pengumpulan Data	27
3.5	Operasional Variabel dan Indikator	28
3.6	Teknik Analisis	30
3.6.1	Uji Instrumen	30
3.6.1.1	Uji Validitas	30
3.6.1.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.6.1.3	Uji Asumsi Klasik	31
3.6.1.4	Uji Ketepatan Model (<i>Goodness of Fit</i>).....	33
3.6.1.5	Uji Hipotesis (Uji T).....	34
3.6.1.6	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	34
3.6.1.7	Uji Deteksi Pengaruh Mediasi (Uji Sobel).....	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
3.1	Analisis Responden Penelitian.....	39
4.1.1	Deskripsi Responden.....	39
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	39
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	40
4.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	41
4.3	Analisis Deskriptif Variabel.....	42
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel <i>Electronic Customer Relationship Management</i>	42
4.3.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	43

4.3.3	Analisis Deskriptif Variabel Customer Trust.....	45
4.3.4	Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Retention</i>	46
4.4	Uji Instrumen Penelitian	47
4.4.1	Uji Validitas	47
4.4.2	Uji Reliabilitas	48
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.4.4	Uji Normalitas.....	49
4.4.5	Uji Multikolonieritas.....	50
4.4.6	Uji Heterokedstisitas.....	50
4.5	Uji Hipotesis	51
4.5.1	Analisis Regresi Berganda.....	51
4.5.2	Uji T.....	54
4.5.3	Uji Koefisien Determinasi.....	56
4.5.4	Uji Sobel.....	58
4.6	Pembahasan Hasil Analisis Penelitian	60
4.6.1	Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Managemen</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	60
4.6.2	Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Managemen</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	61
4.6.3	Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Managemen</i> terhadap <i>Customer Trust</i>	62
4.6.4	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	63
4.6.5	Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>Customer Retention</i>	64

4.6.6	Pembahasan Uji Sobel.....	65
PENUTUP.....		65
5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran.....	66
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	68
5.4	Agenda Penelitian Mendatang	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN.....		78



DAFTAR TABEL

Definisi Operasional dan Indikator	29
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	39
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	41
Kategori Rentang Skala.....	42
Deskriptif Variabel <i>Electronic Customer Relationship Management</i>	42
Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	44
Deskriptif Variabel <i>Customer Trust</i>	45
Deskriptif Variabel <i>Customer Retention</i>	46
Hasil Uji Validitas.....	48
Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Hasil Uji Normalitas	50
Hasil Uji <i>Glejser</i>	51
Hasil uji T.....	54
Hsil Uji Koefisien Determinasi.....	57

DAFTAR GAMBAR

Kerangka Pemikiran.....	26
Path Diagram.....	35
Hasil Uji Sobel Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Managemen</i> terhadap <i>Customer Retention</i> Melalui <i>Customer Satisfaction</i>	59
Hasil Uji Sobel Pengaruh <i>Electronic Customer Relationship Managemen</i> terhadap <i>Customer Retention</i> Melalui <i>Customer Trust</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian	78
Data Kuesioner Penelitian.....	82
Uji Validitas	87
Reliabilitas	90
Multikolinier	91
Kolmogorov-Smirnov	91
Heterokedasitas	92
Sobel Test.....	94

