

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Berita Acara Tugas Akhir Skripsi	v
Halaman Persembahan	vi
Motto Hidup	vii
Abstrak	viii
Abstract	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar	xix
BAB I – PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II – KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Customer Relationship Management	9
2.1.2 Teknologi Internet	13
2.1.3 Electronic Customer Relationship Management	14

2.1.4 Electronic Direct Mail	15
2.1.5 Interpersonal Communication	17
2.1.6 Preferential Treatment	20
2.1.7 Rewards	21
2.1.8 Customer Relationship Quality	23
2.1.9 Loyalitas Pelanggan	24
2.2 Penelitian Terdahulu	25
2.3 Pengembangan Hipotesis	30
2.3.1 Hubungan Electronic Direct Mail terhadap CRQ	30
2.3.2 Hubungan Interpersonal Communication terhadap CRQ	31
2.3.3 Hubungan Preferential Treatment terhadap CRQ	32
2.3.4 Hubungan Rewards terhadap CRQ	32
2.3.5 Hubungan CRQ terhadap Customer Loyalty	33
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	34
BAB III – METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1 Lokasi Penelitian	35
3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
3.2.1 Electronic Direct Mail	35
3.2.2 Interpersonal Communication	36
3.2.3 Preferential Treatment	36
3.2.4 Rewards	37
3.2.5 Customer Relationship Quality	37
3.2.6 Customer Loyalty	38

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	41
3.5 Uji Kualitas Data	43
3.5.1 Uji Validitas	43
3.5.2 Uji Reliabilitas	44
3.6 Metode Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Deskriptif	46
3.6.2 Analisis Statistik	46
3.6.2.1 Analisis Regresi	46
3.6.2.2 Uji F	48
3.6.2.3 Uji T	49
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	50
3.6.3.1 Uji Multikolinieritas	50
3.6.3.2 Uji Heterokedastisitas	51
3.6.3.3 Uji Normalitas	52
3.6.3.4 Uji Linieritas	53
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi Berganda	54
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi Berganda	55
3.6.6 Analisis Koefisien Determinasi Parsial	55
BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Profil Perusahaan	56

4.2 Uji Kualitas Data	58
4.2.1 Uji Validitas	58
4.2.2 Uji Reliabilitas	60
4.3 Analisis Deskriptif	61
4.3.1 Analisis Karakteristik Responden	61
4.3.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.3.1.2 Berdasarkan Usia	62
4.3.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	63
4.3.1.4 Berdasarkan Lamanya Status sebagai Nasabah BCA	64
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	65
4.3.2.1 Electronic Direct Mail	66
4.3.2.2 Interpersonal Communication	67
4.3.2.3 Preferential Treatment	68
4.3.2.4 Rewards	69
4.3.2.5 Customer Relationship Quality	70
4.3.2.6 Customer Loyalty	71
4.4 Analisis Statistik	71
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda Model I	72
4.4.2 Uji F Model I	74
4.4.3 Uji T Model I	75
4.4.4 Uji Asumsi Klasik Model I	76
4.4.4.1 Uji Multikolinieritas Model I	76
4.4.4.2 Uji Heterokedastisitas Model I	77

4.4.4.3 Uji Normalitas Model I	78
4.4.4.4 Uji Linearitas Model I	79
4.4.5 Koefisien Korelasi Berganda	80
4.4.6 Koefisien Determinasi Berganda	81
4.4.7 Koefisien Determinasi Parsial	81
4.4.8 Analisis Regresi Linier Sederhana Model II	81
4.4.9 Uji F Model II	83
4.4.10 Uji Asumsi Klasik Model II	83
4.4.10.1 Uji Normalitas Model II	83
4.4.10.2 Uji Heterokedastisitas Model II.....	84
4.4.10.3 Uji Linearitas Model II	85
4.4.11 Koefisien Korelasi Berganda	86
4.4.12 Koefisien Determinasi Berganda	87
4.4.13 Pembahasan dan Implikasi	87
4.4.13.1 Pengaruh Electronic Direct Mail terhadap CRQ	87
4.4.13.2 Pengaruh Interpersonal Communication terhadap CRQ	88
4.4.13.3 Pengaruh Preferential Treatment terhadap CRQ	89
4.4.13.4 Pengaruh Rewards terhadap CRQ	90
4.4.13.5 Pengaruh CRQ terhadap Customer Loyalty	92
BAB V – KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94

Daftar Pustaka 96

Lampiran 100



DAFTAR TABEL

3.1 Uji Validitas 30 Sampel	44
3.2 Uji Reliabilitas 30 Sampel	45
4.1 Uji Validitas 96 Sampel	59
4.2 Uji Reliabilitas 96 Sampel	60
4.3 Jenis Kelamin Responden	61
4.4 Usia Rersponden	62
4.5 Pekerjaan Responden	63
4.6 Lamanya Status sebagai Nasabah BCA	64
4.7 Kriteria Penilaian Nasabah BCA	65
4.8 Analisis Deskriptif Variabel Electronic Direct Mail	66
4.9 Analisis Deskriptif Variabel Interpersonal Communication	67
4.10 Analisis Deskriptif Variabel Preferential Treatment	68
4.11 Analisis Deskriptif Variabel Rewards	69
4.12 Analisis Deskriptif Variabel Customer Relationship Quality	70
4.13 Analisis Deskriptif Variabel Customer Loyalty	71
4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model I	72
4.15 Hasil Uji F Model I	74
4.16 Hasil Uji T Model I	75

4.17 Hasil Uji Multikolinieritas Model I	77
4.18 Hasil Uji Linearitas Model I	80
4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Model II	82
4.20 Hasil Uji F Model II	83
4.21 Hasil Uji T Model II	86



DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	34
4.1 Scatterplot Model I	78
4.2 Normal Probability Plot Model I	79
4.3 Normal Probability Plot Model II	84
4.4 Scatterplot Model II	85

