

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Fokus Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1. Secara Akademis.....	6
1.4.2. Secara Praktis.....	6
1.5. Kajian Pemikiran.....	7
1.5.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
1.6. Landasan Konseptual	16
1.6.1. <i>Planning</i> (perencanaan)	16
1.6.2. <i>People</i> (<i>orang</i>)	17
1.6.3. <i>Process</i> (proses).....	17
1.7. Kerangka Konseptual	18
1.7.1. <i>Customer Relationship</i>	18
1.7.2. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	18
1.8. Langkah – Langkah Penelitian	19
1.8.1. Lokasi Penelitian.....	19
1.8.2. Paradigma dan Pendekatan	21
1.8.3. Metode Penelitian	22
1.8.4. Jenis Data dan Sumber Data	23
1.8.5. Penentuan Informan dan Unit Penelitian	24

1.8.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.8.7.	Teknik Analisis Data	26
1.8.8.	Rencana Jadwal Penelitian.....	28
1.8.9.	Skema Peneltian.....	30
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	31
2.1.	Pengertian dan Karakteristik <i>Customer</i>	31
2.2.1.	Pengertian <i>Customer</i>	31
2.2.2.	Jenis-Jenis <i>Customer</i>	32
2.2.3.	Karakteristik <i>Customer</i> dan Cara Menghadapinya.....	33
2.2.	Pengertian dan Tujuan <i>Customer Relations</i>	36
2.2.1.	Pengertian <i>Customer Relations</i>	36
2.2.2.	Fungsi <i>Customer Relations</i>	39
2.2.3.	Tujuan <i>Customer Relations</i>	42
2.3.	Pengertian dan Konsep <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	44
2.3.1.	Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	44
2.3.2.	Cara Kerja <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	48
2.3.3.	Konsep <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	49
BAB III	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
3.1.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	58
3.1.1.	Sejarah Pendirian PT. Kereta Api Indonesia (Persero).....	58
3.1.2.	Visi dan Misi PT. Kereta Api Indonesia (Persero)	61
3.1.3.	Logo PT. Kereta Api Indonesia	62
3.1.4.	Struktur Organisasi PT. Kereta Api Indonesia	63
3.1.5.	Profil Informan	66
3.2.	Hasil Temuan Penelitian	69
3.2.1.	Perencanaan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia di masa pandemi.....	70
3.2.2.	Kordinasi PT. Kereta Api Indonesia dalam <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> di masa pandemi.	78
3.2.3.	Proses pelaksanaan <i>Customer Relationship Managemet (CRM)</i> yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia di masa pandemi.....	84
3.3.	Hasil Pembahasan Penelitian.....	99
3.3.1.	Perencanaan (<i>planning</i>) <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia di masa pandemi.	101
3.3.2.	Orang (<i>people</i>) PT. Kereta Api Indonesia dalam <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> di masa pandemi.....	106
3.3.3.	Proses (<i>process</i>) <i>Customer Relationship Managemet (CRM)</i> yang dilakukan PT. Kereta Api Indonesia di masa pandemi.....	110
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	118
4.1.	Simpulan.....	118
4.2.	Saran	119

DAFTAR PUSTAKA.....	120
LAMPIRAN.....	124

