

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan	8
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
A. Manajemen Strategi.....	10
1. Definisi Manajemen Strategi.....	10
2. Konsep Strategi.....	12
3. Arti Penting Manajemen Strategi.....	15
4. Model Manajemen Strategi.....	16
B. Kepuasan Pelanggan.....	18
1. Konsep dan Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	18
2. Strategi Kepuasan Pelanggan.....	21
C. Loyalitas Pelanggan	23

1.	Pengertian loyalitas Pelanggan.....	23
2.	Perkembangan Loyalitas Pelanggan.....	25
a.	Era Kepuasan Pelanggan.....	26
b.	Era Retensi Pelanggan	27
c.	Era Migrasi Pelanggan	28
d.	Era Antusiasme Pelanggan	29
e.	Era Spiritualitas Pelanggan	30
3.	Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan	30
a.	<i>List Suspect – Qualified Prospect</i>	31
b.	<i>Qualified Prospect – First Time Buyer</i>	32
c.	<i>First Time Buyer – Repeat Customer</i>	32
d.	<i>Repeat Customer – Loyal Client</i>	33
e.	<i>Loyal Client – Spiritual Advocate</i>	34

BAB III METODE PENELITIAN

A.	Jenis Penelitian.....	37
B.	Fokus Penelitian.....	38
C.	Lokasi dan Obyek Penelitian.....	38
D.	Sumber Data.....	38



E.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
F.	Instrumen Penelitian.....	40
G.	Analisis Data.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Perusahaan	42
1.	Sejarah Perusahaan.....	42
2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	45
3.	Program pendukung Perusahaan.....	46
4.	Struktur Organisasi.....	46
B.	Penyajian Data.....	52
1.	Strategi Membangun Loyalitas Pelanggan.....	52
	<i>a. List Suspect-Qualified Prospect.....</i>	
	54	
	1)Segmentation	55
	2)Targeting.....	58
	3)Positioning	61
	<i>b. Qualified Prospect-First Time Buyer.....</i>	
	64	
	1) Differentiation	64
	2) Marketing Mix	67
	3) Selling	70
	<i>c. First Time Buyer-Repeat Customer.....</i>	
	72	
	1) Brand	72
	2) Service	74
	3) Process	76
	<i>d. Repeat Customer-Loyal Client.....</i>	
	77	
	1) Operational Excellence	78
	2) Product Leadership	78
	3) Customer Intimicy	80

e. <i>Loyal Client-Spiritual Advocacy</i>	82
1) <i>Communityzation</i>	82
2) <i>Buzzword</i>	84
3) <i>Emotionalization</i>	84
C. Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	92
B. Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	

