DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 8
1. Manfaat Praktis 8
2. Manfaat teoritis 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
A. Tinjauan Pustaka Terkait Karya 9
1. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Membangun Loyalitas 9
2. Program *Membership* Sebagai Strategi Loyalitas Pelanggan 10
B. Tinjauan Pustaka Terkait Permasalahan 12
1. Loyalitas Pelanggan 12
2. Program *Membership* 18
C. Penelitian Terdahulu 20
D. Kerangka Pikir 23
BAB III METODE PENELITIAN **26**
A. Pendekatan Penelitian 26
1. Desain Penelitian 26
2. Sumber Data 27
3. Teknik Instrumen Penelitian 27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN **33**
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 33
B. Karakteristik Sumber Data 33

C. Hasil Penelitian 27
1. Implementasi Program *Membership* 27
2. Respon Pemilik dan Karyawan 30
3. Respon Pelanggan 32
4. Dampak Membership Terhadap *Loyalitas* Pelanggan 35
D. Pembahasan 37
1. Makna Pemilihan Warna Membercard dalam Strategi Loyalitas Pelanggan 37
2. Program Membership sebagai alat Loyalitas 40
E. Dampak Sebelum dan Sesudah Implementasi Strategi Promosi Program *Membership* 42
1. Manfaat Utama dari Strategi Promosi *Membership* 42
2. Perbedaan Sebelum dan Sesudah Strategi Promosi (Dalam Bentuk Matriks) 43
3. Keberlanjutan dan Replikasi Strategi Promosi 44
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 46
A. Kesimpulan 46
B. Saran 47
1. Pengembangan Inovasi Digitalisasi *Membership* 47
2. Penguatan Dimensi Relasional dalam Program 47
3. Evaluasi Berkala terhadap Efektivitas Program 47
4. Peningkatan Materi Promosi yang Konsisten dan Partisipatif
5. Replikasi Strategi ke Cabang atau Usaha Sejenis 47
DAFTAR PUSTAKA 48
LAMPIRAN 51