

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.2 Komunikasi Intrapersonal.....	17
2.3. Komunikasi Organisasi.....	26
2.4. Persepsi.....	33
2.4.1 Sifat-sifat Persepsi.....	36
2.5. Pelanggan.....	40
2.5.1 Pengertian Pelanggan.....	40
2.5.2 Macam-macam Pelanggan.....	43
2.5.3 Kepuasan Pelanggan.....	46
2.6 Citra.....	47
2.6.1 Image Theory citra.....	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	56
3.2 Metode Penelitian.....	58
3.3. Populasi dan Sampel.....	59
3.3.1 Populasi.....	59
3.3.2 Sampel.....	60
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	62
3.4.1 Definisi Konsep.....	62
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	63
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.5.1 Data Primer.....	65
3.5.2 Data Sekunder.....	67
3.5.3 Validitas dan Reliabilitas.....	67
3.5.3.1 Validitas.....	67
3.5.3.2 Reliabilitas.....	71
3.6 Teknik Analisis Data.....	73
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	75
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	75
4.1.2 Logo Perusahaan.....	76

4.1.3 Moto Perusahaan.....	78
4.1.4 Visi dan Misi Perusahaan.....	78
4.1.5 Struktur Organisasi.....	80
4.2 Hasil Penelitian.....	80
4.2.1 Karakteristik Responden.....	81
4.2.2 Analisa kuesioner.....	
4.3 Pembahasan	108
4.3.1 Persepsi Pelanggan.....	108
4.3.2 Citra Perusahaan.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	113
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



UNIVERSITAS
MERCU BUANA