

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERBAIKAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi Organisasi	12
2.2.1 Komunikasi Eksternal	13
2.3 Pengertian Public Relations	14

2.4 Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	19
2.4.1 Komponen <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> ...	22
2.5 Pengertian Opini	26
2.5.1 Proses Pembentukan Opini	27
2.6 Pengertian Pelayanan	32

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	35
3.2 Tipe Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian	38
3.4 Subjek Penelitian	39
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.5.1 Data Primer	41
3.5.2 Data Sekunder	42
3.6 Teknik Analisis Data	43
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	44

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	46
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	46
4.1.2 Logo Perusahaan	47
4.1.3 Visi Dan Misi Perusahaan	48
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	50
4.2 Hasil Penelitian	51

4.2.1	<i>Customer Relations Management (CRM)</i>	53
4.2.1.1	People	54
4.2.1.2	Proses	59
4.2.1.3	Interaksi	65
4.3	Pembahasan	70

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	75
5.2.1	Saran Praktis	75
5.2.2	Saran Akademis	78

DAFTAR PUSTAKA



UNIVERSITAS
MERCU BUANA