

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Komunikasi	15
2.2.1 Pengertian Komunikasi	15
2.3 Komunikasi Interpersonal	17
2.3.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal	17
2.3.2 Karakteristik Komunikasi Interpersonal	20
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Komunikasi Interpersonal	21
2.3.4 Lima Sikap positif yang Mendukung Komunikasi Interpersonal	23
2.4 <i>Public Relations</i>	25
2.4.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	25
2.4.2 Peran <i>Public Relations</i>	26
2.4.3 Fungsi <i>Public Relations</i>	31
2.5 <i>Tenant Relations</i>	32
2.6 Kepuasan Pelanggan	33
2.7 Konsep Bisnis	36
2.7.1 Tujuan Bisnis	37

2.8	Karakteristik Pelanggan Apartemen	38
2.9	Hipotesis Teori.....	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Tipe Penelitian	42
3.2	Metode Penelitian	43
3.3	Populasi dan Sampel	44
3.3.1	Populasi	44
3.3.2	Sampel.....	44
3.3.3	Teknik Penarikan Sample.....	46
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	46
3.4.1	Definisi Konsep.....	46
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	50
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5.1	Data Primer	51
3.5.2	Data Sekunder	51
3.5.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.5.4	Uji Reliabilitas.....	53
3.6	Teknik Analisa Data.....	55
3.7	Uji Normalitas.....	56
3.8	Uji Korelasi (Hubungan) antar Variabel	57
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Profil PT. Intiland Development Tbk.....	58
4.2	Karakteristik Responden	71
4.3	Hasil Penelitian	73
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.3.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	77
4.3.3	Analisa Variabel Y Kepuasan Pelanggan.....	101
4.3.4	Uji Regresi.....	116
4.3	Pembahasan.....	120

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 123

5.2 Saran..... 124

DAFTAR PUSTAKA 126



UNIVERSITAS
MERCU BUANA