

DAFTAR ISI

COVER

ABSTRAK	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Pengertian Komunikasi	14
2.3 Public Relations	16
2.4 Pengertian Persepsi	17
2.4.1 Sifat-Sifat Persepsi	18

2.4.2 Jenis-Jenis Persepsi	19
2.4.3 Faktor-Faktor Persepsi.....	21
2.4.4 Proses Persepsi	22
2.5 Persepsi Konsumen	25
2.6 Pengertian Customer Relations.....	26
2.6.1 Kualitas Customer Relations.....	29
2.7 Pengertian Pelanggan.....	31
2.7.1 Macam-Macam Pelanggan.....	33
2.8 Pengertian Pelayanan	36
2.8.1 Dimensi Layanan	37
2.9 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III	
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	46
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	48
3.4.1 Definisi Konsep	48
3.4.2 Operasional Konsep	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Data Primer	53
3.5.2 Data Sekunder.....	54
3.5.3 Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian	54
3.5.3.1 Validitas.....	54
3.5.3.2 Reabilitas	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	56

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kedai Kopi Dialogue.....	58
4.1.1 Sejarah Perusahaan	58
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	59
4.1.3 Struktur Organisasi	60
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Uji Validitas	61
4.2.2 Karakteristik Responden.....	62
4.2.3 Analisis Kuesioner	65
4.2.4 Uji Reliabilitas	82
4.3 Pembahasan.....	83

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	90
5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktis.....	90

DAFTAR PUSTAKA