

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PNGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Komunikasi Organisasi	20
2.2.1 Tujuan Komunikasi Organisasi	21
2.2.2 Pola Komunikasi Dalam Organisasi.....	22
2.3 Public Relations	24
2.3.1 Pengertian Public Relations.....	24

2.3.2 Fungsi dan Tugas Public Relations	27
2.3.3 Khalayak Public Relations.....	30
2.4 Customer Relations	30
2.4.1 Strategi.....	31
2.4.2 Strategi Customer Relations	34
2.5 Hubungan	37
2.6 Pelanggan	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradima Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Subjek Penelitian.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Teknik Analisis Data.....	48
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Profil dan Sejarah PT Dwima Turangga Perkasa	51
4.1.2 Visi dan Misi PT Dwima Turangga Perkasa	52
4.1.3 Identitas Perusahaan	52
4.1.4 Bidang Bisnis PT Dwima Turangga Perkasa	53
4.1.5 Jaringan Usaha dan Para Pelanggan	53
4.1.6 Struktur Organisasi PT Dwima Turangga Perkasa.....	54
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Strategi Customer Relations	55

4.2.2 Hambatan dan Cara Mengatasi Hambatan	58
4.2.3 Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan	61
4.3 Pembahasan.....	62
4.3.1 Strategi Customer Relations	62
4.3.2 Hambatan dan Cara Mengatasi Hambatan	64
4.3.3 Menjaga Hubungan Baik dengan Pelanggan	67
4.3.4 Keluhan dan Evaluasi	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MERCU BUANA