

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vi
ABSTRAK	vii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	ix
KATA PENGANTAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	7
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	7
1.2.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	11
1.3.1. Maksud Penelitian.....	13
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1. Manfaat Penelitian.....	12
1.4.2. Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.2.1. Teoritis.....	12
1.4.2.2. Praktis.....	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1.	Penelitian Terdahulu.....	14
2.2.	Kajian Teori.....	20
2.2.1.	Komunikasi Korporat.....	20
2.2.2.	Hubungan Internal dan Eksternal.....	22
2.2.3.	Eksternal Relations.....	23
2.2.4.	Customer Relationship Marketing.....	25
2.2.4.1.	Tujuan Customer Relationship Marketing.....	28
2.2.4.2.	Manfaat Customer Relationship Marketing.....	29
2.2.4.3.	Aktivitas Customer Relationship Marketing.....	31
2.2.4.4.	Media Komunikasi Customer Relations.....	33
2.2.4.5.	Strategi Customer Relationship Marketing.....	35
2.2.4.6.	Teori Sistem Analisis Model SOSTAC.....	40
2.2.5.	Kepuasan Pelanggan.....	46
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	51

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Objek Penelitian.....	57
------	-----------------------	----

3.2.	Paradigma Penelitian.....	57
3.3.	Metode Penelitian.....	58
3.4.	Key Informan.....	59
3.5.	Jenis dan Sumber Data.....	61
3.5.1.	Data Primer.....	61
3.5.2.	Data Sekunder.....	61
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	61
3.6.1.	Wawancara.....	61
3.6.2.	Observasi.....	62
3.7.	Teknik Analisis Data.....	63
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian.....	64
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	64
4.1.2.	Logo Perusahaan.....	65
4.1.3.	Slogan Perusahaan.....	65
4.1.4.	Visi dan Misi Perusahaan.....	66
4.1.5.	Struktur Organisasi Perusahaan.....	67
4.2.	Hasil Penelitian.....	70
4.2.1.	Analisa SOSTAC.....	70
4.2.1.1.	Situation.....	71
4.2.1.2.	Objective.....	80
4.2.1.3.	Strategy.....	81
4.2.1.4.	Tactics.....	84

4.2.1.5. Action.....	87
4.2.1.6. Control.....	88
4.2.2. Temuan SOSTAC.....	89
4.3. Pembahasan.....	90
4.3.1. Tahapan Pengelolaan Customer Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Fungsi Manajemen POAC).....	90
4.3.1.1. Planning (Perencanaan).....	94
4.3.1.2. Organizing (Pengorganisasian).....	97
4.3.1.3. Actuating (Penggerakan).....	98
4.3.1.4. Controlling (Pengendalian/ Pengawasan).....	99
4.3.2. Tahapan Implementasi Customer Relationship Marketing.....	100
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	107
5.2. Saran.....	109
Daftar Pustaka.....	110
Daftar Jurnal.....	112
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	