

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
TANDA LULUS SIDANG.....	iv
PENGESAHAN PERBAIKAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Komunikasi	11
2.1.1 Pengertian Komunikasi	11
2.1.2 Prinsip Komunikasi.....	13
2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi	13
2.1.4 Fungsi Komunikasi	15
2.1.5 Ragam Tingkat Komunikasi	18
2.1.6 Model Analisis Dasar Komunikasi	20
2.1.7 Model Proses Komunikasi	20
2.2 Public Relations	21
2.2.1 Pengertian PR.....	21

2.2.2	Keahlian yang dibutuhkan	22
2.2.3	Departemen Public Relations.....	23
2.2.4	Kegiatan-Kegiatan Departemen PR.....	23
2.3	Manajemen Pelayanan Publik.....	28
2.3.1	Konsepsi Pelayanan	28
2.3.2	Hakikat Pelayanan Publik	29
2.4	Manajemen Komplain.....	31
2.5	Pelanggan.....	32
2.5.1	Pentingnya Suara Pelanggan.....	33
2.6	<i>Customer Relationship Management</i>	34
2.6.1	Dimensi dalam <i>Customer Relationship Management</i>	36
2.6.2	Implementasi <i>Customer Relationship Management</i>	38
2.6.3	Fungsi <i>Customer Relationship Management</i>	39
2.7	Konsep Bisnis Properti PT Metropolitan Land Tbk.	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		49
3.1.	Paradigma Penelitian	49
3.2	Tipe Penelitian	50
3.2.1	Penelitian Deskriptif	50
3.3	Metode Penelitian	52
3.4	Subyek Penelitian.....	53
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5.1	Data Primer	55
3.5.2.	Data Sekunder.....	57
3.6	Definisi Konsep	57
3.7.	Teknik Analisis Data.....	58

3.8	Teknik pemeriksaan Keabsahan Data	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.1.1	PT Metropolitan Land Tbk.	62
4.1.2	Penghargaan PT Metropolitan Land Tbk. (Metland).....	64
4.1.3	Visi dan Misi PT Metropolitan Land Tbk.....	65
4.1.4	Kegiatan-kegiatan Internal PT Metropolitan Land Tbk.....	66
4.1.5	Struktur Organisasi PT Metropolitan Land Tbk.	67
4.1.6	Struktur Organisasi	68
4.2	Hasil Penelitian	68
4.2.1.	<i>Customer Relations Management</i> pada PT Metropolitan Land Tbk ...	70
4.2.2	Komplain <i>Customer</i> PT Metropolitan Land Tbk.....	86
4.2.2.1	<i>Issue Retensi</i>	88
4.2.2.2	<i>Issue Booking Fee</i>	90
4.2.2.3	<i>Issue reservasi untuk unit owner</i>	91
4.2.3	Implementasi <i>Customer Relationship Management</i> atas <i>Customer</i> PT Metropolitan Land Tbk.	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		102
5.1.	Kesimpulan	102
5.2.	Saran	102
5.2.1.	Saran Akademis	103
5.2.2.	Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA		104
LAMPIRAN.....		107