

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	10
1.3. Identifikasi Penelitian.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.5.1. Manfaat Akademis	11
1.5.2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Penelitian Terdahulu	13
2.2. Komunikasi	16
2.2.1. Pengertian Komunikasi	16
2.2.2. Unsur-Unsur komunikasi	17
2.2.3. Tujuan Komunikasi.....	17
2.3. Komunikasi Organisasi	19
2.3.1. Pengertian Komunikasi Organisasi	19
2.3.2. Iklim Komunikasi Organisasi	20
2.4. <i>Public Relations</i>	20

2.4.1. Pengertian <i>Public Relations</i>	21
2.4.2. Khalayak <i>Public Relations</i>	22
2.4.3. Kegiatan <i>Public Relations</i>	24
2.4.4. Tujuan <i>Public Relations</i>	25
2.4.5. Fungsi <i>Public Relations</i>	26
2.5. <i>Customer Relations</i>	27
2.5.1. Pengertian <i>Customer Relations</i>	28
2.5.2 Tujuan <i>Customer Relations</i>	28
2.5.3 Aktivitas <i>customer relations</i>	30
2.6. <i>Customer Relationship Management</i>	31
2.6.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	32
2.6.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	33
2.7 <i>Business to Business (B2B)</i>	34
2.7.1 Pengertian <i>Business to Business (B2B)</i>	34
2.7.2 Tipe <i>Business to Business (B2B)</i>	35
2.7.3 Klasifikasi <i>Business to Business (B2B)</i>	36
2.8. <i>Business to Consumer (B2C)</i>	36
2.8.1 Pengertian <i>Business to Consumer (B2C)</i>	36
2.8.2 Karakteristik <i>Business to Consumer (B2C)</i>	37
2.8.3 Klasifikasi <i>Business to Consumer (B2C)</i>	37
2.9. Pelanggan	38
2.9.1. Pengertian Pelanggan	38
2.9.2. Jenis Pelanggan	39
2.10. Komplain Pelanggan	40
2.10.1. Pengertian Komplain Pelanggan	40
2.10.2. Macam-Macam Komplain	40
2.10.3. Langkah-Langkah Menangani Komplain	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Paradigma	43
3.2 Metode Penelitian	44
3.3. Subyek Penelitian	45

3.4. Definisi Konsep.....	47
3.5. Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1. Data Primer	48
3.5.2. Data Sekunder	49
3.6. Teknik Analisis Data	50
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.1.1 Sejarah Umum PT Mitra Catur Mulia Perkasa	54
4.1.2 Produk dan Layanan.....	55
4.1.3 Bidang Usaha dan Ruang Gerak	56
4.1.4 Klien PT Mitra Catur Mulia Perkasa	57
4.1.5 Visi Dan Misi Perusahaan.....	57
4.1.6 Logo Perusahaan Dan Makna	58
4.1.7 Struktur Organisasi	59
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Komplain Pelanggan	64
4.2.1.1 Macam-Macam Masalah Komplain Pelanggan	64
4.2.1.2 Hambatan-Hambatan Komplain Pelanggan.....	69
4.2.1.3 Dampak Komplain Pelanggan	72
4.2.2. Aktivitas <i>Customer Relations</i> PT Mitra Catur Mulia Perkasa.....	74
4.2.2.1 Menangani Komplain Pelanggan.....	77
4.2.2.2 Program Menangani Komplain Pelanggan	80
4.2.2.3 Implementasi Komunikasi Menangani Komplain Pelanggan	81
4.2.3 Hasil Menangani Komplain Pelanggan.....	84
4.2.4 Evaluasi Menangani Komplain Pelanggan	87
4.3 Hasil Pembahasan	90
4.3.1 Komplain Pelanggan	92
4.3.1.1 Hambatan-Hambatan Komplain Pelanggan.....	94
4.3.1.2 Dampak Komplain Pelanggan	95

4.3.2	Aktivitas <i>Customer Relations</i> PT. Mitra Catur Mulia Perkasa.....	95
4.3.2.1	Menangani Komplain Pelanggan.....	96
4.3.3	Hasil Menangani Komplain pelanggan.....	103
4.3.4	Evaluasi Menangani Komplain Pelanggan	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		106
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran	108
5.2.1	Saran Akademis.....	108
5.2.2	Saran Praktis.....	109
DAFTAR PUSTAKA		111
LAMPIRAN.....		115

