

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. LatarBelakangPenelitian.....	1
1.2. Rumusanmasalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. ManfaatPenelitian	5
1.5. SistematikaPenulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Public Relations	9
2.1.1. Karakteristik <i>Public Relations</i>	11
2.1.2. Peran <i>Public Relations</i>	11
2.1.3. Fungsi <i>Public Relations</i>	14
2.1.4. Tujuan <i>Public Relations</i>	15
2.1.5. Pengertian <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	17

2.1.6.	Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i>	20
2.1.7.	Tenant <i>Relations</i>	28
2.2.	Kepuasan.....	31
2.2.1.	Aspek Aspek Kepuasan	34
2.2.2.	Pengukuran Kepuasan	35
2.3.	Kerangka Pemikiran	38
2.4.	Hipotesis	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1.	Desain Penelitian	41
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	44
3.2.1.	Jenis Data.....	44
3.2.2.	Sumber Data	45
3.3.	Metode pengumpulan data.....	46
3.4.	Populasi	49
3.5.	Teknik Analisis Data	49
3.5.1.	Uji Validitas.....	49
3.5.2.	Uji Reliabilitas	50
3.5.3.	Uji hipotesis.....	50
3.5.3.1.	Uji Regresi Linear Berganda.....	50
3.5.3.2.	Uji Statistik F	51
3.5.3.3.	Koefisien Korelasi Pearson uji t.....	52
BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN		54

4.1.Subjek Penelitian.....	54
4.1.1. Sejarah Singkat	54
4.2.Hasil Analisis Deskriptif.....	56
4.3.Hasil Teknik Analisa data.....	69
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....	69
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	75
4.3.3. Hasil uji hipotesis.....	76
4.3.3.1.Hasil Uji F.....	76
4.3.3.2.Hasil Uji Hipotesis (Uji Statistik t).....	77
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN.....	