

DAFTAR ISI

ABSTRAK	li
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Ilmu Komunikasi.....	7
2.1.1 Definisi Ilmu Komunikasi.....	7
2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	9
2.2 <i>Public Relations</i>	10
2.2.1 Fungsi <i>Public Relations</i>	12
2.2.2 Peran <i>Public Relations</i>	13
2.2.3 Manajemen <i>Public Relations</i>	14
2.3 <i>Marketing Public Relations</i>	17

2.3.1 Pengertian <i>MarketingPublic Relations</i>	21
2.3.2 Kontribusi <i>MarketingPublic Relations</i>	24
2.4 <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.5 Kepuasan Pelanggan	25
2.5.1 Konstruksi Teoritis Kepuasan Pelanggan.....	37
2.5.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	42
2.5.3 Jasa dan Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	46
2.5.4 Mengelola Kepuasan Pelanggan.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	54
3.1.1 Pendekatan Penelitian.....	54
3.1.2 Metode Penelitian.....	55
3.2 Sumber Data.....	56
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.3.1 Observasi.....	58
3.3.2 Wawancara.....	60
3.4 Teknik Analisis Data.....	61

BAB IV ANALISIS DATA PENELITIAN

4.1 Laboratorium Klinik Prodia.....	64
4.1.1 Misi dan Visi Perusahaan.....	66
4.1.2 Produk dan Layanan.....	70
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	77
4.2.1 Divisi <i>Customer Relations</i>	77
4.2.2 Perencanaan Program <i>Customer Satisfaction</i>	78
4.2.2.1 Sistem Keluhan dan Saran.....	78
4.2.2.2 <i>Ghost Shopping</i>	83
4.2.2.3 <i>Lost Customer Analisis</i>	85
4.2.2.4 Survey Kepuasan Pelanggan.....	87

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95

RIWAYAT HIDUP PENULIS

LAMPIRAN :

Hasil wawancara dengan informan

Kuesioner