

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Secara Teoritis	3
1.4.2 Secara Praktis	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Tentang Teori Penyusunan Tindakan	5
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	5
2.2.1 Pengertian Komunikasi	5
2.2.2 Pengertian Komunikasi Interpersonal	6
2.2.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal	6
2.3 Customer Relationship Management (CRM)	8
2.3.1 Pengertian CRM	8
2.3.2 Tujuan CRM	8
2.3.3 Manfaat CRM	9
2.3.4 Tahapan Dalam CRM	9
2.3.5 Dimensi CRM	10
2.4 Tinjauan Tentang Pelanggan	11
2.4.1 Pengertian Pelanggan	11
2.4.2 Jenis-jenis Pelanggan	12
2.5 Tinjauan Tentang Keluhan Pelanggan	12
2.5.1 Pengertian Keluhan	12
2.5.2 Tipe Keluhan Pelanggan	13
2.5.3 Kategori Keluhan Pelanggan	13
2.5.4 Penyebab Keluhan	14
2.5.5 Penanganan Keluhan	14
2.6 Tinjauan Tentang Perilaku Pembelian Pelanggan	15
2.7 Tinjauan Tentang Digital Marketing	18
2.7.1 Pengertian Internet	18

2.7.2	Pengertian Sosial Media	18
2.7.3	Media Habit Belanja Online	19
2.8	Tinjauan Tentang <i>Online Shop</i> (Toko <i>Online</i>)	20
2.8.1	Pengertian <i>Online Shop</i>	20
2.8.2	Keuntungan dan Kelemahan <i>Online Shop</i>	21
2.8.3	Marketing <i>Online Shop</i>	22
2.9	Definisi Konsep	23
2.9.1	Tahapan Manajemen Hubungan Pelanggan DreamOutfit28	23
2.9.2	Sosial Media yang di gunakan DreamOutfit28	23
2.9.3	Penanganan Keluhan Pelanggan <i>Online Shop</i>	23
2.10	Kerangka Pemikiran	24

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	26
3.2	Bahan dan Unit Analisis	26
3.3	Informan dan Key Informan	27
3.4	Instrumen Penelitian	28
3.4.1	Data Primer	28
3.4.2	Data Sekunder	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data	29
3.6	Keabsahan Data	30
3.7	Analisis Data	30

BAB 4. HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum DreamOutfit28	32
4.2	Data Dokumen	32
4.3	Profil Informan dan Key Informan	33
4.4	Hasil Penelitian	34
4.4.1	Mengakses DreamOutfit28	35
4.4.2	Menemukan DreamOutfit28	36
4.4.3	Keluhan pelanggan DreamOutfit28	37
4.4.4	Penanganan Keluhan Pelanggan DreamOutfit28	38
4.4.5	Pemilihan Media Line@	42
4.4.6	Analisis Peneliti	45

BAB 5. HASIL PENELITIAN

5.1	Penelitian Terdahulu	46
5.2	Pembahasan	47

BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan52
6.2 Saran53

DAFTAR PUSTAKA 54

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN