

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL DAN BAGAN	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoretis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teoritis	13
2.2.1 <i>The Two Ways Symmetrical Model</i>	13
2.3 Landasan Konseptual	15
2.3.1 Strategi Komunikasi	15
2.3.1.1 Definisi Strategi Komunikasi	16
2.3.1.2 Tujuan Strategi Komunikasi.....	17
2.3.1.3 Fungsi Strategi Komunikasi	18
2.3.1.4 Bentuk Strategi Komunikasi.....	18
2.3.2 <i>Customer Relations</i>	19
2.3.2.1 Tujuan <i>Customer Relations</i>	20
2.3.2.2 Kegiatan <i>Customer Relations</i>	21
2.3.2.3 Karakteristik <i>Customer Relations</i>	21
2.3.3 Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	22
2.3.3.1 Dimensi Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.3.4 <i>Customer Relationship Management</i>	24
2.3.4.1 Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	24

2.3.4.2 Jenis <i>Customer Relationship Management</i>	25
2.3.4.3 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.3.4.4 Proses <i>Customer Relationship Management</i>	27
2.3.5 Pelanggan	28
2.3.6 Loyalitas Pelanggan	29
2.4 Kerangka Pikir	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian	32
3.1.1 Desain Penelitian	33
3.2 Bahan Penelitian	34
3.2.1 Objek Penelitian	34
3.2.2 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.3 Key Informan dan Informan	35
3.3.1 Key Informan	35
3.3.2 Informan	36
3.4 Instrument Penelitian	37
3.4.1 Data Primer	37
3.4.2 Data Sekunder	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6 Uji Keabsahan Data	39
3.7 Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Subjek Penelitian	43
4.1.1 Profil Perusahaan	44
4.1.2 Logo Perusahaan	44
4.1.3 Visi & Misi	44
4.1.4 <i>Value Proposition</i> Perusahaan	44
4.1.5 Struktur Organisasi	45
4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Strategi Komunikasi CRC AUTO2000 permata hijau menjaga hubungan dengan pelanggan	50

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Strategi Customer Relationship Management AUTO2000 Permata Hijau dalam menjaga hubungan dengan pelanggan.....	77
--	----

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	91
6.2 Saran.....	92
Daftar Pustaka.....	94