

## DAFTAR ISI

### COVER

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xii
BAB I .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	3
1.3    Tujuan Penelitian.....	3
1.4    Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
2.1    Penelitian Terdahulu .....	5
2.2    Kerangka Teori.....	14
2.2.1    Public Relations.....	14
2.2.2    Customer Relations.....	16
2.2.2.1    Tujuan Customer Relations .....	17
2.2.2.2    Aktivitas <i>Customer Relations</i> .....	19
2.2.3    Loyalitas Customer .....	20
2.2.4    Hubungan Aktivitas <i>Customer Relations</i> dengan Loyalitas <i>Customer</i> .....	23
2.2.5    Hubungan Antara Aktivitas <i>Customer Relations</i> dengan <i>Public Relations</i> .....	25
2.2.6    Hubungan Antara Loyalitas <i>Customer</i> dengan <i>Public Relations</i> ....	26
2.3    Kerangka Pemikiran .....	28
2.4    Hipotesis Teori .....	29
BAB III.....	31

3.1	Paradigma.....	31
3.1.1	Jenis Penelitian .....	31
3.1.2	Metode Penelitian .....	32
3.1.3	Jenis Data .....	33
3.2	Bahan Penelitian .....	34
3.3	Sumber Data , Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1	Sumber Data.....	35
3.3.1.1	Data Primer .....	35
3.3.1.2	Data Sekunder.....	35
3.3.2	Unit Observasi dan Unit Analisis .....	36
3.3.3	Kerangka Sampling dan Jumlah Sampel .....	36
3.3.4	Teknik Sampling .....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	39
3.5.1	Uji Validitas (Pengujian Prosedural) .....	39
3.5.2	Uji Reliabilitas (Uji Statistik).....	42
3.6	Teknik Analisis Data .....	43
3.6.1	Analisis Univariat .....	43
3.6.2	Analisis Bivariat .....	44
3.7	Hipotesis Penelitian .....	44
3.8	Hipotesis Statistik .....	45
3.9	Definisi Konsep .....	46
3.9.1	Aktivitas <i>Customer Relations</i> .....	46
3.9.2	Loyalitas <i>Customer</i> .....	47
3.10	Operasionalisasi Konsep .....	48
BAB IV .....	51	
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	51
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	51
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan.....	52
4.1.4	Nilai Perusahaan .....	54
4.1.5	Produk Perusahaan .....	54
4.1.6	Keunggulan Produk .....	57

4.1.7	Standar Pelayanan <i>Customer</i> .....	57
4.1.7.1	<i>Greeting Customer</i> .....	57
4.1.7.2	Standar Berpakaian .....	58
4.1.7.3	Standar Promosi Produk .....	59
4.1.7.4	Standar Penanganan Komplain .....	59
4.2	Analisis Data .....	59
4.2.1	Analisis Data Univariat (Deskriptif).....	59
4.2.1.1	Analisis Data Univariat Berdasarkan Karakteristik Responden ..	60
4.2.1.2	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	62
4.2.1.3	Analisis Data Univariat Per Variabel.....	65
4.2.2	Analisis Data Bivariat.....	72
4.2.2.1	Analisis Data Bivariat Pengaruh Aktivitas <i>Customer Relations</i> terhadap Loyalitas <i>Customer</i> .....	72
4.3	Interpretasi Data .....	74
4.3.1	Interpretasi Karakteristik Responden .....	74
4.3.2	Interpretasi Variabel Aktivitas <i>Customer Relations</i> .....	75
4.3.3	Interpretasi Variabel Loyalitas <i>Customer</i> .....	76
4.3.4	Interpretasi Hubungan Aktivitas <i>Customer Relations</i> dengan Loyalitas <i>Customer</i> .....	77
BAB V	.....	79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran .....	80
5.2.1	Saran Akademis .....	80
5.2.2	Saran Praktis.....	80

## DAFTAR PUSTAKA

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2. 2 Penelitian Sekarang .....	13
Tabel 2. 3 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang .....	13
Tabel 3. 1 Skala Penilaian Responden Terhadap Kuisisioner .....	39
Tabel 3. 2 Validitas Variabel Penelitian .....	40
Tabel 3. 3 Reliabilitas Variabel Penelitian.....	42
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Konsep.....	48
Tabel 5. 1 Jenis Kelamin .....	60
Tabel 5. 2 Usia .....	61
Tabel 5. 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 5. 4 Indikator <i>Service of Excellence</i> .....	66
Tabel 5. 5 Indikator Complaint Handling .....	67
Tabel 5. 6 Indikator Publikasi Informasi.....	68
Tabel 5. 7 Indikator Pemberian <i>Reward</i> .....	69
Tabel 5. 8 Dimensi <i>Repeat Purchase</i> .....	71
Tabel 5. 9 Dimensi <i>Referalls</i> .....	72
Tabel 5. 10 Korelasi Spearman Pengaruh Aktivitas <i>Customer Relations</i> terhadap Loyalitas Customer .....	73

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 2. 1 Model Komunikasi Grunig .....	15
Bagan 2. 2 Siklus Pembeli.....	21
Bagan 2. 3 Kerangka Pemikiran .....	29
Bagan 4. 1 Struktur Organisasi.....	52
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	52
Gambar 4. 2 Dessert Box .....	54
Gambar 4. 3 Softcake.....	55
Gambar 4. 4 Beverees .....	56
Gambar 4. 5 Croffle .....	56
Diagram 5. 1 Jenis Kelamin .....	60
Diagram 5. 2 Usia .....	61