

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT TANDA PERSETUJUAN SIDANG	
SURAT PENGESAHAN SIDANG	
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	2
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat penelitian	5
1.4.1 Secara Akademis	5
1.4.2 Secara Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Review Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teoretis	10
2.2.1 Model Asimetris Dua Arah	10
2.2.2 Model Simetris Dua Arah	11
2.3. Landasan Konseptual	12
2.3.1 <i>Public Relations</i>	12
2.3.1.1 Definisi <i>Public Relations</i>	12
2.3.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	12
2.3.1.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	16
2.3.1.4 Peran <i>Public Relations</i>	16
2.3.1.5 Tugas <i>Public Relations</i>	18
2.3.1.6 <i>Public Relations</i> Dalam Perbankan	19
2.3.2 <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.3.2.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.3.2.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	25
2.3.2.3 Tahapan <i>Customer Relationship Management</i>	25
2.3.2.4 Fungsi <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.3.2.5 Dimensi <i>Customer Relationship Management</i>	27

2.3.3	Loyalitas	29
2.3.4.1.	Pengertian Loyalitas	29
2.3.4.2.	Karakteristik Loyalitas Pelanggan	30
2.3.4	Kualitas Pelayanan	30
2.3.4.1.	Pengertian Pelayanan	31
2.3.4.2.	Pengertian Kualitas	31
2.3.4.3.	Dimensi Kualitas Pelayanan	31
2.3.5	Pengertian dan Fungsi Perbankan	33
2.3.5.1.	Pengertian Perbankan	33
2.3.5.2.	Fungsi Perbankan	33
2.3.6	Nasabah	34
2.3.6.1.	Pengertian Nasabah	34
2.3.6.2.	Sifat Nasabah	39
2.3.6.3.	Sebab Nasabah Meninggalkan Bank	40
2.4	Definisi Konseptual	41
2.4.1	<i>Public Relations</i>	41
3.3.1	<i>Customer Relationship Management</i>	41
2.4.3	Loyalitas	41
2.4.4	Perbankan	41
2.4.5	Nasabah	42
2.5	Kerangka Pemikiran	42
BAB III	METODE PENELITIAN	42
3.1	Metode Penelitian	42
3.2	Objek Penelitian/Definisi Konseptual	44
3.2.1	Public Relations	44
3.2.2	Fasilitator Komunikasi	45
3.2.3	Fasilitator Pemecahan Masalah	45
3.2.4	Tehnisi Komunikasi	45
3.2.5	Loyalitas	46
3.3	Sumber Data	46
3.3.1	Data Primer	46
3.3.2	Data Sekunder	46
3.4	Instrumen Penelitian	47
3.5	Teknik Keabsahan Data	47
3.6	Teknik Pengumpulan Data	48
3.7	Teknik Analisis Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN	51
4.1 Subjek Penelitian	51
4.1.1 Profil Bank Permata Tbk	51
4.1.2 Gambaran Singkat Bank Permata Tbk	51
4.1.3 Data Perusahaan	52
4.1.4 Struktur Organisasi	52
4.1.5 Data <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	54
4.2 Hasil Penelitian	55
4.3 Strategi CRM Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah PT Bank Permata, Tbk Cabang Harmoni Plaza	56
4.3.1 Penasihat Ahli	56
4.3.2 Fasilitator Komunikasi	57
4.3.3 Fasilitator Proses Pemecahan Masalah	59
4.3.4 Teknisi Komunikasi	61
BAB V PEMBAHASAN	64
3.4 Strategi CRM Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah PT Bank Permata, Tbk Cabang Harmoni Plaza	64
5.2 Fasilitator Komunikasi Dalam Peran <i>Customer Service</i>	65
5.3 Fasilitator Proses Pemecahan Masalah	66
5.4 Teknisi Komunikasi	66
5.6 Loyalitas	67
5.6 Perbandingan Hasil Penelitian Dengan Hasil Penelitian Terdahulu	70
BAB VI PENUTUP	71
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	
Lampiran – 1 : Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran – 2 : Absensi Bimbingan Skripsi	
Lampiran – 3: Dokumentasi Wawancara Dengan <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.5 Kerangka Pemikiran

41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tipe Desain Studi Kasus

42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.4 Struktur Organisasi	52
Gambar 4.3.3 <i>Customer Handling System</i>	60