

## DAFTAR ISI

<b>TANDA PERSETUJUAN SIDANG .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
1.5 Sistematika Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori .....	10
2.2.1 Teori S-O-R .....	10
2.2.2 Teori Manajemen Relasi .....	10
2.2.3 Komunikasi Interpersonal.....	11
2.3 Kerangka Konseptual .....	12
2.3.1 Strategi.....	12
2.3.2 <i>Public Relations</i> .....	14
2.3.3 Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> .....	15
2.3.4 <i>Customer Relations</i> .....	16
2.3.5 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	18
2.3.6 Program <i>Customer Relationship Management</i> .....	19

2.3.7 Strategi <i>Customer Relationship Management</i> .....	19
2.3.8 <i>Customer</i> .....	20
2.3.9 <i>Customer Loyalty</i> .....	20
2.3.10 <i>Multi Level Marketing (MLM)</i> .....	21
2.4 Kerangka Pemikiran .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	24
3.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.1.1 Metode Penelitian .....	24
3.1.2 Jenis Penelitian .....	24
3.1.3 Jenis Data.....	35
3.2 Bahan Penelitian.....	25
3.2.1 Objek Penelitian .....	25
3.2.2 Subjek Penelitian .....	26
3.3 Sumber Data.....	26
3.4 Informan Penelitian.....	26
3.4.1 Informan .....	26
3.4.2 <i>Key Informan</i> .....	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.6 Uji Keabsahan Data.....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	28
<b>BAB IV HASIL</b> .....	30
4.1 Gambaran Umum PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) .....	30
4.2 Visi Dan Misi <i>Halal Network International (HNI)</i> .....	32
4.3 Keunggulan HNI .....	32
4.4 Manajemen HNI.....	33
4.5 Peraturan Logo Dan Merek HNI.....	34
4.6 Lima Pilar (P.A.S.T.I).....	35
4.7 Istilah-Istilah Kepangkatan .....	38
4.8 Produk-Produk HNI .....	42
4.9 <i>Halal Network International</i> Tangerang 5 .....	43
4.10 <i>Key Informan</i> Dan Informan Penelitian .....	44
4.11 Penyajian Data.....	44

<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.12 Pembahasan.....	65
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk HNI.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Desain Studi Kasus.....	29

**DAFTAR BAGAN**

Tabel 2.2 Model Komunikasi S-O-R .....	14
Tabel 2.3 Kerangka Penelitian .....	27