

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR BAGAN	vi
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
a. Secara Teoritis	4
b. Secara Praktis	5
1.5 Sistematika penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kerangka Teori	8
2.1.1 Komunikasi	8
2.1.1.1 Komunikasi Bisnis	9
2.1.1.2 Komunikasi Organisasi	11
2.1.2 <i>Public Relations</i>	13
2.1.2.1 Publik Eksternal	14
2.1.3 <i>Customer Relationship Management</i>	16
2.1.3.1 Tujuan dan Manfaat CRM	19
2.1.4 <i>Call Center</i>	20
2.1.4.1 Fungsi dan Tujuan <i>Call Center</i>	22
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	24
2.1.6 Pelayanan Informasi	27
2.1.7 Teori Reputasi	30
2.2 Operasionalisasi Variabel	31
2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.2 Sumber Data	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel	37
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4.1 Angket	41
3.4.2 Kepustakaan	42
3.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	42

3.5.1 Validitas ..	42
3.5.2 Reliabilitas ..	44
3.6 Teknik Analisis Data ..	46
BAB IV HASIL PENELITIAN ..	48
4.1 Subjek Penelitian ..	48
4.1.1 Esia ..	47
4.1.2 <i>Customer Relationship Management</i> ..	50
4.2 Hasil Penelitian ..	53
4.2.1 Karakteristik Responden ..	53
4.2.2 Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Informasi <i>Call Center</i> Esia.....	58
4.2.3 Kepuasan Responden Berdasarkan Keseluruhan Jawaban.....	68
4.3 Pembahasan ..	70
BAB V PENUTUP ..	72
5.1 Kesimpulan ..	72
5.2 Saran ..	74

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

- Lampiran-1: Kuesioner
- Lampiran-2: Tabel Validitas
- Lampiran-3: Tabel Test Retest Uji Reliabilitas
- Lampiran-4: Hasil Tes Retest Uji Reliabilitas
- Lampiran-5: Tabel Karakteristik Responden
- Lampiran-6: Tabel Induk