

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR BAGAN	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Sejenis	10
2.2 Public Relations	13
2.3 Fungsi Public Relations	14
2.4 Tujuan Public Relations	15
2.5 Komunikasi Pemasaran	17
2.6 Bentuk – Bentuk Komunikasi Pemasaran	18
2.7 Proses Komuninikas Pemasaran	20
2.8 Kualitas Layanan	22
2.9 Definisi Informasi	23
2.10 Kualitas Layanan Informasi	25
2.11 Dimensi Kualitas Layanan	26
2.12 Komunikasi Massa	28
2.13 Customer Relations Management	28
2.14 Cara Mengelola Customer Relationship	30
2.15 Kepuasan Pelanggan	31
2.16 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	32
2.17 Perilaku Konsumen	33
2.18 Model Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan	35
2.19 Operasi Variabel	37
2.20 Kerangka Pemikiran	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Jenis Penelitian	43
3.2 Pendekatan Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	46

3.4	Hipotesis	48
3.5	Unit Analisi	49
3.6	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.8	Analisis Data dan Interpretasi	55

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN 57

4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	57
4.2	Visi dan Misi Perusahaan	61
4.3	Struktur Organisasi Matahari Department Store	61
4.4	Filosofi Matahari Department Store	62
4.5	Arti Logo Matahari Department Store	64
4.6	Hasil Penelitian	64
4.7	Hasil Tanggapan Responden Variabel X1	68
4.8	Hasil Tanggapan Responden Variabel X2.....	76
4.9	Hasil Tanggapan Responden Variabel Y	84
4.10	Uji Validitas	92
4.11	Uji Reliabilitas	94
4.12	Uji Korelasi	96
4.13	Uji Hipotesis	99
4.14	Pembahasan	102

BAB V PENUTUP103

5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran	104

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1	Surat Keterangan Riset
Lampiran-2	Kuesioner
Lampiran-3	Test Retest