

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah	1
I.2. Rumusan Masalah	8
I.3. Tujuan Penelitian	9
I.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Akademis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
I.5. Sistematika Penulisan	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Hubungan Masyarakat/HUMAS	12
2.1.1. Pengertian Humas	12
2.1.2. Peran Humas	16
2.1.3. Tujuan Humas	17
2.1.4. Ruang Lingkup Humas	18
2.1.5. Proses Manajemen Humas	19
2.2. Marketing Public Relations/MPR	21
2.2.1. Pengertian MPR	21
2.2.2. Peranan MPR	22
2.2.3. Tujuan MPR	23
2.3. Customer Relation Manajemen/CRM	23
2.3.1. Pengertian CRM	23
2.3.2. Konsep CRM	26
2.3.3. Proses CRM	30
2.3.4. Strategi CRM	32
2.3.5. Kesimpulan CRM	39
2.3.6. program CRM	42
2.4. Pelanggan	45
2.4.1. Pengertian Pelanggan	45
2.5. Keluhan Pelanggan	46
2.5.1. Pengertian Keluhan Pelanggan	46
2.6. Penanganan Keluhan	47
2.6.1. Pengertian Penanganan Keluhan	47
2.7. Kerangka Pemikiran	51

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian	53
3.2. Sumber Data	56
3.2.1. Subyek Penelitian	57
3.3. Unit Analisis.....	59
3.3.1. Key Informan.....	59
3.3.2. Informan	60
3.4. Teknik Pengumpulan Data	61
3.5. Reliabilitas Data.....	64
3.6. teknik Analisis Data.....	65

BAB IV. HASIL PENELITIAN	
4.1. Subjek Penelitian	67
4.2. Profil Perusahaan PT.NLK Indonesia.....	68
4.3. VISI dan Misi PT.NLK Indonesia	70
4.4. Sasaran Mutu PT.NLK Indonesia.....	70
4.5. Kebijakan Mutu PT.NLK Indonesia.....	71
4.6. Stuktur Organisasi PT.NLK Indonesia	72
4.7. Deskripsi Key Informan dan Informan.....	73
4.8. Deskripsi Hasil Penelitian	79
4.9. Strategi CRM di PT.NLK Indonesia	80
4.10. Penanganan Keluhan Pelanggan.....	90
4.11. Strategi Penanganan Keluhan Pelanggan	105
4.12. Pembahasan/Analisis Data.....	115

BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	117
5.2. Saran	120
5.2.1. Saran Akademis	120

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN