

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan	10
1.4. Manfaat	10
1.5. Kerangka Teori	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1. Komunikasi Interpersonal.....	23
2.2. Public Relations	24
2.3. Customer Service	28
2.4. Service Quality	31
2.5. Definisi Pelayanan Prima.....	32
2.6. Kepuasan Pelanggan	33
2.7. Penelitian Terdahulu	35

BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Setting Wilayah	39
3.2. Jenis Penelitian.....	40
3.3. Objek Penelitian	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41
3.5. Validitas dan Reliabilitas Data	44
3.6. Triangulasi Data	45
3.7. Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Umum PT TELKOM	47
4.1.1. Profil Perusahaan	47
4.1.2. Sejarah.....	49
4.1.3. Visi.....	53
4.1.4. Misi	53
4.1.5. Corporate Culture : The New Telkom Way.....	53
4.1.6. Basic Belief : Always The Best	53
4.1.7. Core Values : Solid, Speed, Smart	54
4.1.8. Key Behaviors : Imagine, Focus, Action.....	55
4.1.9. Inisiatif Strategi	56
4.1.10. Logo Telkom	57
4.1.11. Dasar Hukum.....	58
4.1.12. Tagline Witel Telkom Yogyakarta	59
4.1.13 Struktur Organisasi	60
4.2. Hasil Penelitian	62
4.2.1. Hubungan Customer Service dan Public Relations	62
4.2.2. Kegiatan Customer Service Witel TELKOM Yogyakarta.....	64
4.2.3. Pola Komunikasi Customer Service	67
4.2.4. Faktor Pendukung dan Penghambat Customer Relations Plaza TELKOM Yogyakarta Dalam Melayani Pelanggan	75

4.2.5.	Customer Relations Manajemen.....	78
4.2.6.	Pelayanan Prima Customer Service TELKOM Yogyakarta.....	81
4.2.	Pembahasan	85
BAB V PENUTUP		95
5.1.	Kesimpulan	95
5.2.	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		98
LAMPIRAN.....		101