

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran	12
1.5.1 <i>Relationship Management Theory</i>	12
1.6 Kerangka Pemikiran.....	16
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
2.1 Fungsi dan Peran Public Relations.....	17
2.2 Pengertian Pelanggan	21
2.3 Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	23
2.3.1 Tujuan Dan Manfaat <i>Customer Relations Management</i>	24

2.3.2	Komponen <i>Customer Relationship Management</i>	26
2.4	<i>Customer Engagement</i>	32
2.4.1	Definisi <i>Customer Engagement</i>	32
2.4.2	Unsur <i>Customer Engagement</i>	33
2.4.3	Pilar <i>Customer Engagement</i>	35
2.4.4	Ruang Lingkup <i>Customer Engagement</i>	37
2.5	Loyalitas Pelanggan	40
2.5.1	Atribut Loyalitas Pelanggan	41
2.6	Penelitian Terdahulu	42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Metode Penelitian.....	45
3.2	Jenis Penelitian	45
3.3	Objek Penelitian	46
3.4	Lokasi Penelitian	46
3.5	Sumber Data	46
3.5.1	Data Primer	46
3.5.2	Data Sekunder.....	47
3.6	Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1	Wawancara	47
3.6.2	Observasi.....	48
3.6.3	Studi Pustaka.....	49
3.7	Teknik Analisis Data	49
3.6.1	Reduksi Data.....	50
3.6.2	Penyajian Data.....	50
3.6.3	Penarikan kesimpulan dan Verifikasi.....	51

3.8 Uji Validitas	52
-------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT	54
4.1.1 Sejarah PT Grab	54
4.1.2 Visi dan Misi PT Grab	56
4.1.3 Tata Nilai PT Grab	57
4.1.3 Logo PT Grab.....	59
4.1.4 Struktur Organisasi PT Grab Wilayah Yogyakarta.....	59
4.1.5 Produk Layanan Transportasi Grab.....	60
4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Program <i>Customer Engagement</i> Grab Yogyakarta	64
4.2.2 Perencanaan Program <i>Customer Engagement</i> Grab di Yogyakarta.....	66
4.2.3 Implementasi <i>Customer Relations Management</i> melalui Program <i>Customer Engagement</i> Grab Yogyakarta	73
4.2.4 Evaluasi Program.....	97
4.2.5 Faktor Pendukung Implementasi Program <i>Customer Engagement</i> Grab di Yogyakarta	99
4.2.6 Faktor Penghambat Implementasi Program <i>Customer Engagement</i> Grab di Yogyakarta.....	102
4.3 Pembahasan.....	104

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	116
5.2 Saran.....	118

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN