

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori	9
1.5.1 <i>Customer relations</i> sebagai bagian dari <i>Public Relations</i>	9
1.5.2 Kepuasan Pelanggan.....	11
1.5.3 Teori Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 <i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat).....	14
2.1.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	14

2.1.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	16
2.1.3 Peran <i>Public Relations</i>	16
2.2 Strategi <i>Customer Relations</i>	18
2.3 Proses Manajemen <i>Public Relations</i>	22
1. Mendefinisikan Problem.....	22
2. Perencanaan dan Pemograman.....	23
3. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi.....	25
4. Mengevaluasi Program.....	27
2.4 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>).....	29
2.5 Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Objek Penelitian	37
3.3 Lokasi Penelitian	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5 Sumber Data.....	39
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.7 Uji Keabsahan Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Profil Perusahaan	42
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42
4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan	43
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	45
4.1.4 Logo Perusahaan.....	46
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	47

4.1.5.1 Deskripsi Jabatan Perusahaan.....	48
4.1.6 Fasilitas Produk dan Harga.....	52
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Pelaksanaan <i>Customer Relations</i>	56
4.2.2 Pengumpulan Fakta (<i>Fact Finding</i>).....	57
4.2.3 Perencanaan dan Pemograman (<i>Planning and Programming</i>).....	59
1. Pelayanan Prima.....	61
2. Program Pemberian Tumpeng.....	63
3. Program Pemberian <i>Souvenir</i>	64
4.2.5 Evaluasi (<i>Evaluation</i>).....	66
4.2.6 Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	69
1. <i>Relationship Strategy</i>	69
2. Kesigapan Pelayanan.....	71
3. Penanganan Efektif Keluhan Pelanggan.....	73
4. Fasilitas Produk dan Jasa Perusahaan.....	77
4.3 Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	87
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	89
5.2.1 Bagi Perusahaan	90
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN 1 : Surat Ijin Penelitian

LAMPIRAN 2 : Surat Pernyataan Penelitian

LAMPIRAN 3 : Interview Guide

DAFTAR TABEL

1.1 Data Hotel Berbintang di Bantul.....	4
2.1. Daftar Interes dan Kepentingan <i>Stakeholder</i>	31
4.1. Daftar Fasilitas Kamar dan Harga.....	52
4.2. Daftar Fasilitas Umum dan Permintaan	55

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar <i>Review</i> Ketidakpuasan Pelanggan.....	5
1.2 Gambar <i>Review</i> Ketidakpuasan Pelanggan.....	5
1.3 Gambar <i>Review</i> Ketidakpuasan Pelanggan.....	6
1.4 Gambar <i>Review</i> Ketidakpuasan Pelanggan.....	6
1.5 Peta Pemikiran	13
2.1 Diagram Konsep Kepuasan Pelanggan	30
3.1 Bagan Triangulasi Sumber Data	41
4.1 Logo Perusahaan	46
4.2 Gambar Struktur Organisasi Perusahaan	47
4.3 Gambar Tumpeng D’Omah Hotel.....	64
4.4 Gambar <i>Souvenir</i> D’Omah Hotel.....	65
4.5 Gambar <i>Review</i> Kepuasan Pelanggan.....	67
4.6 Gambar <i>Review</i> Kepuasan Pelanggan.....	67
4.7 Gambar <i>Review</i> Kepuasan Pelanggan.....	68
4.8 Gambar <i>Review</i> Kepuasan Pelanggan.....	68
4.9 Foto <i>Relationship Strategy</i>	71