

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
RIWAYAT HIDUP	xviii
MOTTO	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Akademis	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Landasan Pemikiran	9
1.5.1 Landasan Teoritis	9
1.5.2 Landasan Konseptual.....	12
1.6 Langkah-Langkah Penelitian.....	14
1.6.1 Lokasi Penelitian	14
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan.....	15
1.6.3 Metode Penelitian	16
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	17
1.6.5 Penentuan Informan atau Unit Penelitian	19
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	20

1.6.7 Teknik Analisis Data	22
1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	26
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	26
2.2 <i>External Relations</i>	33
2.2.1 Definisi <i>External Relations</i>	33
2.2.2 Jenis <i>External Relations</i>	36
2.3 <i>Customer Relations</i>	40
2.3.1 Definisi <i>Customer Relations</i>	40
2.3.2 Peranan <i>Customer Relations</i>	43
2.4 <i>Customer Relationship Management</i>	44
2.4.1 Definisi <i>Customer Relationship Management</i>	44
2.4.2 Fungsi dan Tugas <i>Customer Relationship Management</i>	48
2.4.3 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	53
2.5 Model <i>Customer Relationship Management</i> IDIC	55
2.5.1 <i>Identify</i> (Identifikasi)	55
2.5.2 <i>Differentiate</i> (Membedakan)	60
2.5.3 <i>Interact</i> (Interaksi)	63
2.5.4 <i>Customize</i> (Penyesuaian)	67
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	72
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	72
3.3.1 Sejarah Kafe Kumu Ground	72
3.3.2 Visi dan Misi	74
3.3.3 Makna Logo Kafe Kumu Ground.....	74
3.3.4 Struktur Organisasi Kafe Kumu Ground.....	76
3.2 Profil Informan	79
3.3 Hasil Penelitian.....	81
3.4.1 Tahap Identifikasi (<i>Identify</i>)	81
3.4.2 Tahap Membedakan (<i>Differentiate</i>)	89
3.4.3 Tahap Interaksi (<i>Interact</i>).....	96
3.4.4 Tahap Penyesuaian (<i>Customize</i>).....	103

3.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	110
3.4.1 Identifikasi (<i>Identify</i>) Pelanggan yang dilakukan Kumu Ground untuk Mengenal Kebutuhan dan Preferensi Mereka.....	112
3.4.2 Membedakan (<i>Differentiate</i>) Pelanggan oleh Kumu Ground Berdasarkan Nilai dan Kebutuhan Mereka.	120
3.4.3 Interaksi (<i>Interact</i>) yang dilakukan Kumu Ground untuk Menjaga Keterlibatan Pelanggan Melalui Komunikasi Berkelanjutan.	127
3.4.4 Penyesuaian (<i>Customize</i>) yang dilakukan Kumu Ground dengan mempersonalisasi layanan atau produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.....	135
BAB IV PENUTUP	141
4.1 Simpulan.....	141
4.2 Saran	142
4.2.1 Saran Akademis	143
4.2.2 Saran Praktis	143
DAFTAR PUSTAKA.....	144
LAMPIRAN.....	150