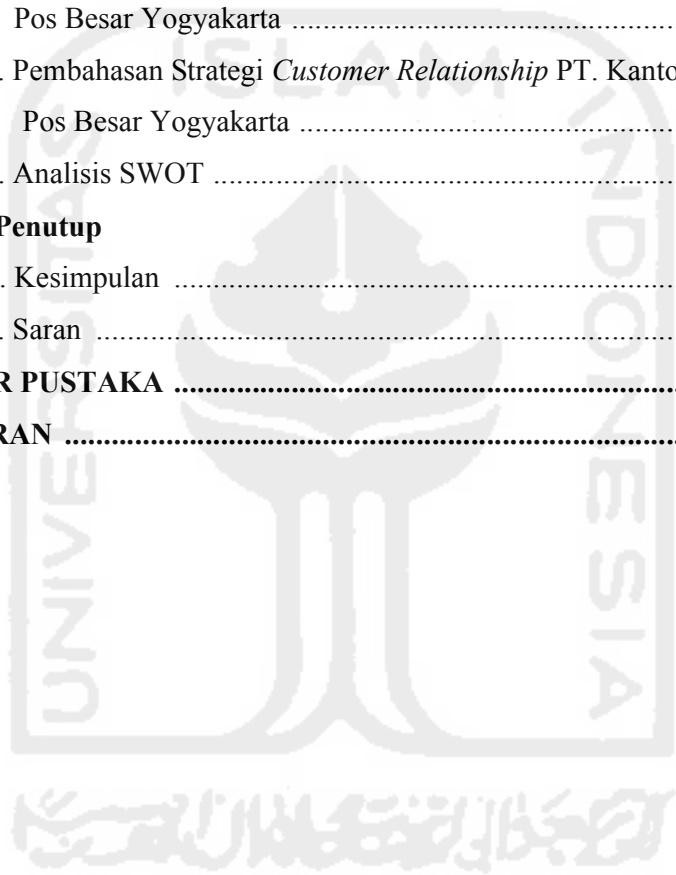


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. Pendahuluan	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	
1. Penelitian Terdahulu	5
2. Konsep <i>Public Relations</i>	8
3. Strategi <i>Customer Relationship</i>	14
4. Loyalitas Konsumen	21
5. Analisis SWOT	25
F. Metode Penelitian	
1. Pendekatan Penelitian	27
2. Tipe Penelitian	27
G. Waktu dan Lokasi Penelitian	
1. Waktu Penelitian	27

2. Lokasi Penelitian	28
H. Informan Penelitian	28
I. Pengumpulan Data	28
J. Analisis Data	29
BAB II Gambaran Umum Obyek Penelitian	
A. Sejarah dan Perkembangan PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	30
B. Visi dan Misi PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	
1. Visi PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	31
2. Misi PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	32
C. Struktur Organisasi	32
D. Produk PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	
1. Surat dan Paket	46
2. Jasa Keuangan	53
3. Logistik	58
BAB III Temuan Penelitian	
A. <i>Public Relations</i> dalam <i>Customer Relationship</i> PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	
1. Identifikasi <i>Customer Service</i>	
a. Peran dan Tugas <i>Customer Service</i>	60
B. Strategi <i>Customer Relationship</i> PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	
1. Membangun Hubungan untuk Mendapatkan Konsumen..	65
2. Mempermudah Konsumen Terkait Pencarian Informasi .	66
3. Mempermudah Konsumen untuk Menyampaikan Keluhan	67
4. Mengelola Keluhan Konsumen	75
C. Loyalitas Konsumen PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	
1. Memuaskan dan Mempertahankan Pelanggan	77
2. Menentukan Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen ...	78
3. Meminimumkan Ketidakpuasan Pelanggan	80

D. Identifikasi Pelanggan	
1. Identifikasi Pelanggan Pos	81
a. Pelayanan PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	83
2. Identifikasi Keluhan Pelanggan Pos	84
BAB IV Pembahasan	
A. Analisis Kegiatan <i>Customer Relationship</i> PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	86
B. Pembahasan Strategi <i>Customer Relationship</i> PT. Kantor Pos Besar Yogyakarta	90
C. Analisis SWOT	100
BAB V Penutup	
A. Kesimpulan	103
B. Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	xx



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Sasaran dan Manfaat <i>Service of Excellence</i>	16
Tabel 1.2. Empat Jenis Loyalitas	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Produk Filateli	46
Gambar 2.2 Express Mail Service	47
Gambar 2.3 Paket Pos	48
Gambar 2.4 Surat Pos Biasa (Surat Standar)	50
Gambar 2.5 Pos Kilat Khusus	50
Gambar 2.6 Pos <i>Express</i>	51
Gambar 2.7 Wesel Pos	53
Gambar 2.8 Pospay	57
Gambar 3.1 Beranda <i>Website</i> Pos Indonesia	68
Gambar 3.2 Profil Perusahaan pada <i>Website</i> Pos Indonesia	69
Gambar 3.3 Produk pada <i>Website</i> Pos Indonesia	70
Gambar 3.4 Layanan Pelanggan pada <i>Website</i> Pos Indonesia	70
Gambar 3.5 Form Tarif Kiriman pada <i>Website</i> Pos Indonesia	71
Gambar 3.6 Contoh Lacak Kiriman Pos pada <i>Website</i> Pos Indonesia	72
Gambar 3.7 Pengaduan & Informasi Pelanggan pada <i>Website</i> Pos Indonesia	73
Gambar 4.1 Komponen Komunikasi	88
Gambar 4.2 Contoh Banner Produk	93
Gambar 4.3 Televisi di Ruang Festibul	94
Gambar 4.4 <i>Official</i> Twitter Pos Indonesia.....	95
Gambar 4.5 Pos Express di Youtube	95

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Bukti Penelitian

Daftar Pertanyaan Wawancara

Transkrip Wawancara

Foto/dokumentasi

