

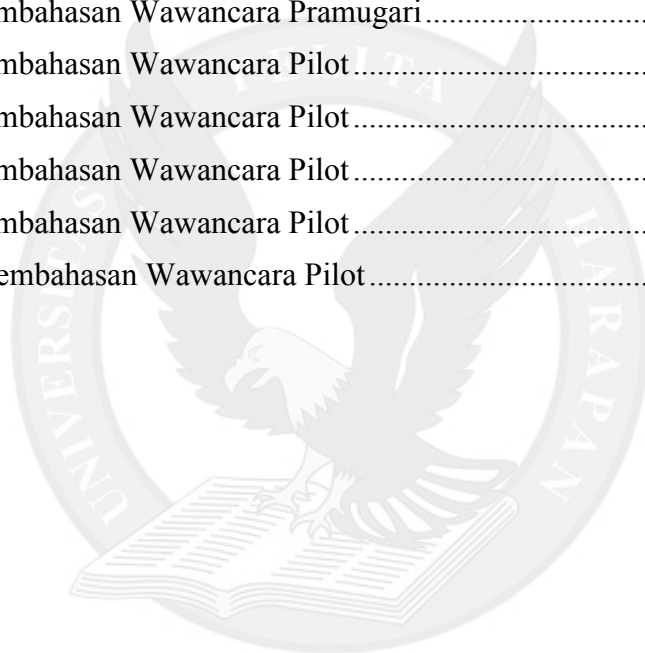
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	iii
PERNYATAAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN.....	10
2.1 Objek Penelitian	10
2.1.1 Konsep <i>Customer Relationship Management</i> Garuda Indonesia Untuk Mencapai <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	10
2.2.2 Strategi <i>Customer Satisfaction</i> Garuda Indonesia.....	12
2.1.3 Konsep Keramahtamahan	13
2.2 Subjek Penelitian.....	13
2.2.1 Garuda Indonesia	14
2.2.2 Awak Kabin	18
2.2.3 Penumpang.....	19
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	20
3.1 Komunikasi	20
3.2 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	21
3.3 <i>Relationship</i>	21
3.3.1 Tipe <i>Relationship</i> menurut However, B. B. Jackson	22
3.4 <i>Customer Relationship Management</i>	22
3.4.1 Tipe <i>Customer Relationship Management</i>	23

3.4.2 Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	24
3.4.3 Fase <i>Customer Relationship Management</i>	25
3.4.4 Model dari <i>Customer Relationship Management</i>	26
3.4.5 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	27
3.5 Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> dengan Kepuasan Pelanggan	28
3.6 Konsep Kepuasan Pelanggan	29
3.6.1 Kepuasan dan Kesetiaan Pelanggan terhadap Performa Bisnis	30
3.6.2 Model Kepuasan Pelanggan	32
3.6.3 Pentingnya Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	32
3.6.4 Faktor – faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	33
3.6.5 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	33
3.7 <i>Customer Satisfaction</i> berpengaruh terhadap <i>Customer Loyalty</i>	34
3.8 <i>Customer Loyalty</i>	34
3.9 Kerangka Berpikir	36
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	38
4.1 Penelitian Terdahulu	38
4.2 Metode Penelitian.....	44
4.3 Metode Pengumpulan Data	44
4.4 Metode Pengujian Data.....	45
4.5 Metode Analisis Data.....	46
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1 Hasil Penelitian	48
5.2 Pembahasan.....	72
5.2.1 Komunikasi	72
5.2.2 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	72
5.2.3 <i>Relationship</i>	73
5.2.4 Tipe <i>Customer Relationship Management</i>	76
5.2.5 Strategi <i>Customer Relationship Management</i>	76
5.2.6 Fase <i>Customer Relationship Management</i>	78
5.2.7 Model dari <i>Customer Relationship Management</i>	81
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
6.1 Kesimpulan	88
6.2 Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	xiv
LAMPIRAN.....
CURRICULUM VITAE.....

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kerangka Berpikir.....	36
Tabel 4.1 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel 5.1 Pembahasan Wawancara Pramugari.....	49
Tabel 5.2 Pembahasan Wawancara Pramugari.....	51
Tabel 5.3 Pembahasan Wawancara Pramugari.....	55
Tabel 5.4 Pembahasan Wawancara Pramugari.....	59
Tabel 5.5 Pembahasan Wawancara Pramugari.....	62
Tabel 5.6 Pembahasan Wawancara Pilot.....	64
Tabel 5.7 Pembahasan Wawancara Pilot.....	65
Tabel 5.8 Pembahasan Wawancara Pilot.....	67
Tabel 5.9 Pembahasan Wawancara Pilot.....	69
Tabel 5.10 Pembahasan Wawancara Pilot.....	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Garuda Jaman 1961 -1969	14
Gambar 2.2 Logo Garuda Jaman Sekarang	16
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Garuda.....	17
Gambar 3.1 <i>Customer Satisfaction Chain</i>	31



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Pertanyaan Wawancara.....	A-1
Transkript Wawancara Dengan Pramugari Garuda A	A-2
Transkript Wawancara Dengan Pramugari Garuda J.....	A-3
Transkript Wawancara Dengan Pramugari dan Pilot Garuda F&AL	A-4
Transkript Wawancara Dengan Pilot Garuda E.....	A-5

LAMPIRAN B

Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	B-1
Surat Ijin Penelitian Ke Garuda Indonesia Training Center	B-2
Surat Keterangan Melakukan Penelitian ke Garuda Training Center.....	B-3

