

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Strategi Komunikasi	9
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.1.3 Hubungan Pelanggan	12
2.1.4 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	13
2.1.5 <i>Business to Business (B2B)</i>	15
2.1.6 <i>Customer gathering</i>	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2.1 Jurnal Terdahulu (Internasional).....	17
2.2.2 Jurnal Terdahulu (Nasional)	21
2.3 Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	28
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	30
3.3.1 Subjek Penelitian	30

3.3.2 Objek Penelitian.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1 Wawancara.....	34
3.4.2 Observasi Partisipan	35
3.4.3 Dokumentasi	35
3.5 Metode Analisis.....	36
3.5.1 Reduksi Data.....	36
3.5.2 Penyajian Data	37
3.5.3 Kesimpulan	38
3.6 Metode Penjagaan Keabsahan Data	38
3.6.1 Triangulasi Sumber.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Profil Informan	40
4.1.1 Informan Kunci 1	40
4.1.2 Informan Kunci 2	41
4.1.3 Informan Kunci 3	43
4.1.4 Informan Kunci 4.....	44
4.1.5 Informan Pendukung.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	46
4.2.1 Membangun Lingkaran Komunikasi	46
4.2.2 <i>Profiling</i> Pelanggan	55
4.2.3 Penggunaan Data	58
4.2.4 Keinginan dan Kebutuhan Pelanggan.....	62
4.2.5 Mengembangkan Potensi Pelanggan	72
4.2.6 Membangun <i>Customer Knowledge</i>	79
4.2.7 Menggunakan <i>Knowledge</i> Secara Terus Menerus.....	84
4.3 Matriks Temuan Penelitian.....	87
4.4 Pembahasan	88
4.4.1 Membangun Lingkaran Komunikasi	88
4.4.2 <i>Profiling</i> Pelanggan	91
4.4.3 Penggunaan Data	93
4.4.4 Keinginan dan Kebutuhan Pelanggan.....	94
4.4.5 Mengembangkan Potensi Pelanggan	96
4.4.6 Membangun <i>Customer Knowledge</i>	98
4.4.7 Menggunakan <i>Knowledge</i> Secara Terus Menerus.....	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	102

5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran	103
5.2.1 Saran Akademik.....	103
5.2.2 Saran Praktis	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108