

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
MOTTO	iii
LEMBAR DEDIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Konteks Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	6

1.4.1	Kegunaan Teoritis	6
1.4.2	Kegunaan Praktis	6
1.5	Setting Penelitian dan Pengertian Istilah	6
1.6	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	8
1.6.1	Kerangka Pemikiran	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Review Hasil Penelitian Sejenis	15
2.1.1	Matriks Penelitian Terdahulu	18
2.2	Tinjauan Mengenai Public Relations	20
2.2.1	Pengertian Public Relations.....	20
2.2.2	Fungsi Public Relations	24
2.2.3	Ruang Lingkup Public Relations	25
2.3	Tinjauan Mengenai Marketing PR	27
2.3.1	Pengertian Marketing PR	27
2.3.2	Tujuan Marketing PR.....	29
2.3.3	Manfaat Marketing PR.....	31
2.4	Tinjauan Mengenai Strategi Marketing PR	33
2.4.1	Strategi Marketing PR	33
2.4.2	Faktor dibutuhkannya Strategi Marketing PR.....	36
2.5	Tinjauan Mengenai Telemarketing	38
2.5.1	Telemarketing	38
2.5.2	Tujuan Telemarketing	40

2.5.3 Wilayah Bisnis Telemarketing.....	41
2.5.4 Target Market Telemarketing	43
2.5.4 Penyusunan Naskah dalam Telemarketing	44
2.5.5 Cara Telemarketing menghadapi Penolakan dari Konsumen.....	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian	48
3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data	51
3.3 Teknik Pengumpulan Data	52
3.4 Teknik Analisis Data	56
3.5 Uji Keabsahan Data	60

BAB IV TEMUAN PENELITIAN, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN

4.1 Temuan Penelitian	63
4.1.1 Data Informan/Profil	63
4.1.2 Data Hasil Wawancara & Observasi	64
4.2 Analisis & Pembahasan	76
4.2.1 Kinerja Telemarketing	82
4.2.2 Menjalinkan Relasi	92
4.2.3 Membujuk Pelanggan.....	94

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	99
5.2 Saran dan Rekomendasi	100

Daftar Pustaka.....	101
Lampiran	103

