

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup dan Pengertian Istilah.....	10
1.5.1 Ruang Lingkup.....	10
1.5.2 Pengertian Istilah.....	10
1.6 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis .....	11
1.6.1 Kerangka Pemikiran.....	11
1.6.2 Hipotesis.....	17
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b>	
2.1. Kajian Pustaka.....	19
2.2. Tinjauan Tentang Komunikasi.....	22
2.2.1 Ruang Lingkup Komunikasi.....	22
2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi.....	24
2.3. Komunikasi Kelompok.....	25
2.4. Komunikasi Pemasaran.....	27
2.4.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	31
2.5. Tinjauan Tentang <i>Public Relations</i> .....	33
2.6. <i>Customer Relations</i> .....	36
2.6.1 Ikatan.....	38
2.6.2 Kepercayaan.....	39

2.6.3 Empati.....	40
2.6.4 Resiprokal.....	40
2.7.Loyalitas Pelanggan.....	41
2.7.1 <i>Satisfaction</i> .....	42
2.7.2 <i>Emotional Bonding</i> .....	44
2.7.3 <i>Trust</i> .....	44
2.7.4 <i>Choice Reduction and Habit</i> .....	45
2.7.5 <i>History With Company</i> .....	45
<b>BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Objek Penelitian.....	47
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	47
3.1.2 Gambaran Perusahaan <i>Group Manager</i> Rahayu.....	50
3.1.2.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	52
3.1.2.2 Motto Perusahaan.....	53
3.1.2.3 Struktur Organisasi.....	54
3.2 Metodologi Penelitian.....	55
3.2.1 Metode Penelitian.....	55
3.2.2 Populasi dan Sampel.....	57
3.2.2.1 Populasi Penelitian.....	57
3.2.2.2 Sampel Penelitian.....	57
3.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	60
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.2.5 Teknik Analisis Data.....	64
3.2.5.1 Analisis Korelasi.....	64
3.2.5.2 Analisis Hipotesis.....	66
3.2.5.3 Analisis Deskriptif.....	66
3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
3.2.6.1 Uji Validitas.....	67
3.2.6.2 Uji Reliabilitas.....	68
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Deskriptif Data Responden.....	71
4.1.1 Usia Responden.....	71
4.1.2 Lamanya Menggunakan Produk.....	73
4.1.3 Penghasilan Rata-Rata per Bulan.....	75
4.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	76
4.2.1 Gambaran Mengenai <i>Customer Relations</i> .....	77
4.2.1.1 Ikatan.....	77
4.2.1.2 Kepercayaan.....	80
4.2.1.3 Empati.....	82

4.2.1.4 Resiprokal.....	84
4.2.2 Gambaran Mengenai Loyalitas.....	87
4.2.2.1 <i>Satisfaction</i> .....	87
4.2.2.2 <i>Emotional Bonding</i> .....	89
4.2.2.3 <i>Trust</i> .....	92
4.2.2.4 <i>Choice Reduction and Habit</i> .....	96
4.2.2.5 <i>History with Company</i> .....	98
4.3 Analisis Inferensial Data Penelitian.....	101
4.3.1 Validitas.....	101
4.3.1.1 <i>Customer Relations</i> (Variabel X).....	101
4.3.1.2 Loyalitas Pelanggan (Variabel Y).....	103
4.3.2 Reliabilitas.....	104
4.3.3 Analisis Korelasi.....	106
4.3.3.1 Hubungan Ikatan <i>Group Manager</i> Produk Tupperware dengan Loyalitas Pelanggan.....	106
4.3.3.2 Hubungan Kepercayaan <i>Group Manager</i> Produk Tupperware dengan Loyalitas Pelanggan.....	109
4.3.3.3 Hubungan Empati <i>Group Manager</i> Produk Tupperware dengan Loyalitas Pelanggan.....	113
4.3.3.4 Hubungan Resiprokal <i>Group Manager</i> Produk Tupperware dengan Loyalitas Pelanggan.....	116
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	120
5.2 Saran atau Rekomendasi.....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	xii
<b>LAMPIRAN</b> .....	