

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Peneliitian	1
1.2 Fokus Peneliitian	5
1.3 Tujuan Peneliitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	6
1.5 Landasan Pemikiran	7
1.5.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
1.5.2 Landasan Konseptual.....	16
1.6 Langkah-langkah Penelitian	19
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	19
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	20
1.6.3 Metode Penelitian	21
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	22
1.6.5 Penentuan Informan.....	24
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data	26
1.6.8 Teknik Analisis Data.....	27
1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian.....	29
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	30
2.1 <i>Public Relations</i>	30
2.1.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	30
2.1.1 Hubungan Eksternal <i>Public Relations</i>	31
2.2 <i>Customer Relationship Management</i>	33
2.2.1 Pengertian <i>Customer Relationship Management</i>	33
2.2.2 Tujuan <i>Customer Relationship Management</i>	35

2.3 Inovasi	36
2.3.1 Pengertian Inovasi.....	36
2.3.2 Jenis-jenis Inovasi.....	37
2.4 Pelayanan	39
2.4.1 Pengertian Pelayanan.....	39
2.4.2 Pengertian Pelayanan Publik.....	40
2.4.3 Kelompok Pelayanan Publik.....	43
2.4.4 Faktor-faktor Pendukung Pelayanan Publik	45
2.4.5 Kualitas Pelayanan Publik	48
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
3.1 Hasil Penelitian.....	52
3.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	52
3.1.2 Profil Informan	63
3.1.2 Gambaran Hasil Penelitian	68
3.2 Hasil Pembahasan.....	104
3.2.1 Inovasi Pelayanan Samsat sebagai Wujud CRM	104
3.2.2 Tantangan Inovasi Pelayanan Samsat sebagai Wujud CRM	109
3.2.3 Faktor-faktor Pendukung Inovasi Pelayanan Samsat sebagai Wujud CRM..	111
BAB IV PENUTUP	144
4.1 Kesimpulan.....	114
4.2 Saran	115
DAFTAR PUSTAKA.....	117
LAMPIRAN	