

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI.....	vi
MOTTO.....	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT	xix
المخلص.....	xx
DAFTAR ISI	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian	8

E. Penegasan Istilah.....	11
F. Kajian Teori.....	14
1. <i>Public Relations</i>	14
2. Komunikasi Karyawan sebagai Medium <i>Public Relations</i>	28
3. Loyalitas Konsumen sebagai Tujuan Strategi <i>Public Relations</i>	36
G. Penelitian Terdahulu	44
H. Kerangka Berpikir	51
I. Metode Penelitian.....	53
1. Rancangan Penelitian	53
2. Kehadiran Peneliti.....	54
3. Lokasi Penelitian	54
4. Data dan Sumber Data	55
5. Teknik Pengumpulan Data.....	57
6. Teknik Analisis Data	59
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data	60
8. Tahapan Penelitian	61
BAB II STRATEGI <i>PUBLIC RELATIONS</i> KEDAI KOPI ONDERAN KOTA	
DALAM MEMBANGUN DAN MEMPERTAHANKAN LOYALITAS	
KONSUMEN.....	64
A. Strategi <i>Public Relations</i> Berbasis Fungsi Ruang Sosial.....	65
B. Pencitraan Onderan sebagai Tempat yang Nyaman, Terbuka, dan Merakyat	
.....	70
C. Budaya Pelayanan Ramah sebagai Identitas <i>Public Relations</i>	74
D. Budaya Lokal Ngopi Pagi sebagai Penguat Identitas Kedai	77

E. Strategi Mempertahankan Pelanggan melalui Kualitas Menu dan Evaluasi Pelayanan	80
BAB III PERAN DAN BENTUK KOMUNIKASI KARYAWAN KEDAI KOPI ONDERAN KOTA DALAM MEMBENTUK PENGALAMAN POSITIF KONSUMEN.....	
86	
A. Sapaan Ramah sebagai Pembuka Relasi Pelayanan	87
B. Komunikasi Santai dan Tidak Kaku dalam Membangun Keakraban	90
C. <i>Personal Recognition</i> terhadap Pelanggan Tetap	93
D. Penyesuaian Komunikasi terhadap Karakter Pelanggan.....	95
E. Respons Empatik dalam Menangani Keluhan Pelanggan	98
F. Komunikasi Verbal dan Nonverbal dalam Menciptakan Kenyamanan	101
BAB IV KONTRIBUSI KOMUNIKASI KARYAWAN DALAM MENDUKUNG KEBERHASILAN STRATEGI <i>PUBLIC RELATIONS</i> DAN MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN	
106	
A. Komunikasi Karyawan dalam Membentuk Kenyamanan Emosional Pelanggan	107
B. Komunikasi Karyawan sebagai Penguat Citra Onderan yang Hangat dan Kekeluargaan	111
C. Komunikasi Karyawan dalam Mengubah Relasi Transaksional menjadi Relasi Sosial	116
D. Komunikasi Karyawan dalam Mendorong Rekomendasi dan <i>Word of Mouth</i>	119
E. Komunikasi Karyawan dalam Mempertahankan Loyalitas di Tengah Persaingan Kedai Kopi.....	123

F. Komunikasi Karyawan sebagai Penopang Keberhasilan Strategi <i>Public Relations</i> Onderan Kota	127
BAB V PENUTUP.....	132
A. Kesimpulan.....	132
B. Implikasi.....	133
C. Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	139
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	142
Lampiran Transkrip Wawancara.....	142
Lampiran Observasi	145
A. Strategi <i>Public Relations</i> dalam Membangun dan Mempertahankan Loyalitas Konsumen	145
Catatan Lapangan	145
Makna Data Observasi	146
B. Peran dan Bentuk Komunikasi Karyawan dalam Membentuk Pengalaman Positif Konsumen	146
Catatan Lapangan	146
Makna Data Observasi	147
C. Budaya Pelayanan Ramah sebagai Identitas Kedai.....	147
Catatan Lapangan	147
Makna Data Observasi	148
D. Komunikasi Santai dan Tidak Kaku dalam Membangun Keakraban ...	148
Catatan Lapangan	148

Makna Data Observasi	148
E. Respons terhadap Keluhan dan Masalah Pelayanan.....	149
Catatan Lapangan	149
Makna Data Observasi	149
F. Perbedaan Onderan dengan Coffee Shop Lain	149
Catatan Lapangan	149
Makna Data Observasi	150
G. Kontribusi Komunikasi Karyawan dalam Membentuk Loyalitas Konsumen	150
Catatan Lapangan	150
Makna Data Observasi	150
Kesimpulan Catatan Observasi.....	151
Lampiran Dokumentasi Penelitian.....	152
Lampiran Kartu Bimbingan.....	157
Lampiran Biodata Diri.....	158