

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Identifikasi Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Pustaka	13
2.2 Komunikasi	24
2.3 Komunikasi Interpersonal	31
2.4 Public Relations	37
2.5. Marketing Public Relation	38
2.6. Minat Beli	40
2.7 Konsumen	46
2.8. Teori Kredibilitas (Credibility Theory)	52
2.9 Teori Minat (Teori AIDDA)	53
BAB III METODELOGI PENELITIAN	66
3.1 Paradigma Penelitian	66
3.2 Tipe Penelitian	67
3.3 Metode Penelitian	68
3.4 Subyek Penelitian	68
3.5 Teknik Pengumpulan Data	70
3.6 Teknik Analisis Data	73

3.7 Teknik Keabsahan Data -----	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN -----	76
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian -----	76
4.2 Hasil Penelitian -----	78
4.3 Pembahasan -----	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN -----	100
5.1 Simpulan -----	100
5.2 Saran -----	102
Daftar Pustaka-----	102



UNIVERSITAS
MERCU BUANA