

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	10
1.3 Identifikasi Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.5.1 Manfaat Akademis.....	11
1.5.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Public Relations	18
2.2.1 Tujuan Public Relations	20
2.2.2 Fungsi Public Relations	21
2.3 Marketing Public Relations.....	24
2.3.1 Peranan Marketing Public Relations.....	28
2.3.2 Kegiatan Marketing Public Relations	29
2.4 Strategi Marketing Public Relations	30
2.5 Promosi	33
2.6 Produk	35
2.7 Properti.....	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1 Paradigma	40
3.2 Tipe Penelitian	41
3.3 Metode penelitian.....	42
3.4 Subyek Penelitian.....	43

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5.1	Data Primer	45
3.5.2	Data Sekunder	45
3.6	Teknik Analisa Data	46
3.7	Teknik Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Lippo Group (Pengembang Hunian Meikarta).....	49
4.1.2	Visi dan Misi PT. Lippo Group	52
4.1.3	Ruang Lingkup PT. Lippo Group	54
4.1.4	Profil Meikarta	55
4.1.5	Segmentasi Pasar Meikarta	58
4.1.6	Penghargaan.....	58
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Strategi Marketing Public Relations Meikarta	60
4.2.2	Bentuk Pemasaran Meikarta	61
4.3	Three Ways Strategy	62
4.3.1	Pull Strategy (Strategi Menarik) Dalam Mempromosikan Produk Hunian Meikarta	62
4.3.2	Push Strategy (Strategi Mendorong) Dalam Mempromosikan Produk Hunian Meikarta	71
4.3.3	Pass Strategy (Strategi Mempengaruhi) Dalam Mempromosikan Produk Hunian Meikarta	75
4.4	Pembahasan.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		89
5.1	Kesimpulan	89
5.2	Saran	90
DAFTAR PUSTAKA		92
Lampiran - Lampiran.....		94
CURICULUM VITAE.....		110