

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Populasi peserta <i>Visit Company</i>	38
Tabel 3.2	Tabel <i>Proportionate Stratified Random Sampling</i>	42
Tabel 3.3	Operasionalisasi konsep	44
Tabel 3.4	Kriteria Indeks Reliabilitas	49
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	73
Tabel 4.4	Pengujian Validitas Variabel Pengaruh Program <i>Visit Company (X)</i>	74
Tabel 4.5	Pengujian Validitas Variabel Peningkatan <i>Corporate Branding (Y)</i>	75
Tabel 4.6	Pengujian Reliabilitas Variabel Pengaruh Program <i>Visit Company (X)</i>	76
Tabel 4.7	Pengujian Reliabilitas Variabel Peningkatan <i>Corporate Branding (Y)</i>	76
Tabel 4.8	Menjadi lebih mengetahui tentang <i>brand</i> Metro TV	77
Tabel 4.9	Ketepatan sisi edukasi yang diperoleh melalui <i>visit company</i>	78
Tabel 4.10	Semakin eratnya hubungan antar lembaga, perusahaan, dan institusi melalui program <i>visit company</i>	78
Tabel 4.11	Kandungan nilai informasi yang disampaikan cukup jelas.....	79
Tabel 4.12	Penjelasan isi <i>company profile</i> yang menarik.....	80
Tabel 4.13	Baiknya komunikasi dua arah yang dilakukan PR	81
Tabel 4.14	Pengetahuan mengenai Metro TV yang disampaikan efektif	82
Tabel 4.15	PR yang komunikatif dan ramah.....	83
Tabel 4.16	Menjadi lebih mengetahui tentang Metro TV	84
Tabel 4.17	Lembaga, perusahaan dan institusi selanjutnya akan tetap melakukan <i>visit company</i>	84

Tabel 4.18	Menjawab kebutuhan edukasi bagi siswa/mahasiswa bahwa Metro TV merupakan salah satu TV berita di Indonesia	85
Tabel 4.19	Tabel Pengujian Normalitas.....	86
Tabel 4.20	Hasil Pengujian Korelasi Antara Variabel X dan Y	87
Tabel 4.21	Hasil Uji F.....	88
Tabel 4.22	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R Square).....	89
Tabel 4.23	Uji Regresi Linear Sederhana	90



UNIVERSITAS
MERCU BUANA