

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 <i>Public Relations</i>	11
2.3 <i>Marketing Public Relations</i>	12
2.3.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	15
2.3.2 Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i>	16
2.4 Sosialisasi	19
2.5 Kesadaran	19
2.6 Konsumen	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Metode Penelitian	21
3.3 Subyek Penelitian	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4.1 Data Primer	24
3.4.2 Data Sekunder	25

3.5 Teknik Analisis Data.....	25
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.1.1 Visi dan Misi PT. Mardohar Catur Tunggal Gaya.....	29
4.1.2 Kebijakan Mutu PT. Mardohar Catur Tunggal Gaya	30
4.1.3 Struktur Organisasi	31
4.1.4 Produk Coverall.....	32
4.2 Hasil Penelitian.....	33
4.2.1 Strategi MPR PT. Mardohar Catur Tunggal Gaya	34
4.2.2 Strategi Pull	37
4.2.3 Strategi Push.....	39
4.2.4 Strategi Pass.....	41
4.3 Pembahasan	45
4.3.1 Strategi Pull PT. Mardohar Catur Tunggal Gaya	46
4.3.2 Strategi Push PT. Mardohar Catur Tunggal Gaya	53
4.3.3 Strategi Pass PT. Mardohar Catur Tunggal Gaya.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	