

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.4.1Bagi Perusahaan .....	4
1.4.2Bagi Akademis .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Komunikasi .....	10
2.2.1Pengertian Komunikasi .....	10
2.2.2Komunikasi Efektif .....	15
2.3 <i>Public Relations</i> .....	16
2.3.1Pengertian <i>Public Relations</i> .....	16
2.3.2Fungsi <i>Public Relations</i> .....	18
2.3.3Peran <i>Public Relations</i> .....	19
2.3.4Kelebihan dan Kekurangan <i>Public Relations</i> .....	23
2.4 <i>Marketing Public Relations</i> .....	26
2.4.1Sejarah <i>Marketing Public Relations</i> .....	26

2.4.2	<i>Marketing Public Relations</i> .....	30
2.4.3	Persuasi: bagaimana <i>Marketer</i> Mengubah Sikap? .....	34
2.4.4	Menetapkan Tujuan Komunikasi Pemasaran ( <i>Setting Marcom Objectives</i> ) .....	36
2.4.5	Kelebihan dan Kekurangan <i>Marketing Public Relations</i> .....	37
2.5	Hierarki Efek Marcom ( <i>The Hierarchy of Marcom Effects</i> ) .....	38
2.6	Loyalitas Konsumen .....	42
2.6.1	Pengertian Loyalitas Konsumen .....	42
2.6.2	Dimensi Loyalitas Pelanggan .....	44
2.7	Kerangka Teori .....	48
2.7.1	Teori Ekuitas ( <i>Equity Theory</i> ) .....	48
2.7.2	Konsep Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> .....	50
2.7.3	Kerangka Konseptual .....	59
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>61</b>
3.1	Paradigma Penelitian .....	61
3.2	Metode Penelitian .....	61
3.3	Subjek Penelitian .....	62
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	63
3.4.1	Data Primer .....	64
3.4.2	Data Sekunder .....	65
3.5	Teknik Analisis Data .....	66
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	71
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>77</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	77
4.1.1	Sejarah Perusahaan .....	77
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	77
4.1.3	<i>Job Description</i> .....	78
4.1.4	Aktivitas Perusahaan .....	80
4.2	Hasil Penelitian .....	81
4.3	Pembahasan .....	95
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>105</b>
5.1	Kesimpulan .....	105

5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN PENELITIAN .....</b>	<b>112</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>117</b>

