

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
MOTTO HIDUP	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis	7
1.4.2. Kegunaan Praktis	7
1.5. Landasan Pemikiran	8
1.5.1. Penelitian Terdahulu.....	8
1.5.2. Landasan Teoritis	12
1.5.3. Landasan Konseptual	17
1.6. Langkah Penelitian	19
1.6.1. Lokasi Penelitian.....	19
1.6.2. Paradigma Penelitian.....	20
1.6.3. Pendekatan Penelitian	21
1.6.4. Metode Penelitian.....	22
1.6.5. Jenis Data dan Sumber Data	23

1.6.6.	Teknik Penentuan Informan	25
1.6.7.	Teknik Pengumpulan Data	26
1.6.8.	Teknik Analisi Data.....	28
1.6.9.	Rencana Jadwal Penelitian.....	30
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	32
2.1.	Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	32
2.1.1.	<i>Push Strategy</i>	33
2.1.2.	<i>Pull Strategy</i>	35
2.1.3.	<i>Pass Strategy</i>	37
2.2.	<i>Public Relations</i>.....	39
2.2.1.	Prinsip <i>Public Relations</i>	39
2.2.2.	Peran <i>Public Relations</i>	41
2.2.3.	Fungsi <i>Public Relations</i>	42
2.3.	<i>Marketing</i>.....	44
2.3.1.	Peran <i>Marketing</i>	45
2.3.2.	Fungsi <i>Marketing</i>	46
2.4.	<i>Marketing Public Relations</i>	48
2.4.1.	Peran <i>Marketing Public Relations</i>	49
2.4.2.	Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	51
2.5.	Strategi	53
2.6.	Pelanggan	54
2.7.	Loyalitas	55
BAB III	HASIL PENELITIAN.....	57
3.1.	Gambaran Umum Baraya Travel	57
3.1.1.	Latar Belakang Baraya Travel Agen	57
3.1.2.	Visi dan Misi Baraya Travel.....	58
3.1.3.	Slogan.....	59
3.1.4.	Logo Baraya Travel.....	59
3.1.5.	Struktur Organisasi Baraya Travel	60
3.2.	Profil informan	62

3.3. Hasil Temuan Penelitian	67
3.3.1. Aspek <i>push strategy</i> (Mendorong).....	70
3.3.2. Aspek <i>pull Strategy</i> (Menarik).....	77
3.3.3. Aspek <i>pass strategy</i> (Melalui)	84
3.4. Pembahasan	92
3.4.1. Aspek <i>push strategy</i> dalam usaha mendorong tingkat penggunaan jasa di Baraya Travel.....	94
3.4.2. Aspek <i>pull strategy</i> dalam usaha meningkatkan kesadaran merek di Baraya Travel.....	106
3.4.3. Aspek <i>pass strategy</i> dalam membangun opini publik terhadap citra perusahaan di Baraya Travel.....	121
BAB IV PENUTUP	139
4.1. Simpulan	139
4.2. Saran	140
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN	150

