

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
MOTTO HIDUP	xv
RIWAYAT HIDUP.....	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Secara Praktis	6
1.4.2 Secara Akademis	6
1.5 Kerangka Pemikiran	6
1.6 Hipotesis	14
1.7 Langkah – Langkah Penelitian	15
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	15
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan	15
1.7.3 Metode Penelitian	16
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data	16
1.7.5 Populasi dan Sampel	17
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data.....	19
1.7.7 Validitas dan Reabilitas	19
1.7.8 Teknik Analisis Data.....	21
BAB II.....	23
KAJIAN PUSTAKA.....	23
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Konseptual	27
2.2.1 Pengertian Marketing Public Relations.....	27
2.2.2 Fungsi Marketing Public Relations.....	29
2.2.3 Tujuan Marketing Public Relations	31

2.2.4 Implementasi Marketing Public Relations	33
2.2.5 Pengertian Brand Awareness	34
2.2.6 Fungsi Brand Awareness	36
2.2.7 Hubungan Marketing Public Relations dengan Brand Awareness	37
2.3 Kajian Teori.....	38
2.3.1 Definisi 3 Ways Strategy.....	38
2.3.2 Implementasi 3 ways strategy	40
BAB III	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	42
3.2 Hasil Penelitian.....	43
3.2.1 Identitas Responden	43
3.2.2 Pernyataan Variabel X (Marketing Public Relations).....	44
3.2.3 Pernyataan Variabel Y (Brand Awareness).	53
3.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y.	62
3.2.5 Uji Validitas	64
3.2.6 Uji Reabilitas	66
3.2.7 Uji Regresi Linear Sederhana	67
3.2.8 Koefisien Regresi (uji t)	69
3.3 Pembahasan	71
BAB IV	75
SIMPULAN DAN SARAN	75
4.1 Kesimpulan.....	75
4.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	80