

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR BAGAN DAN TABEL

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Identifikasi Masalah.....	5
I.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
I.4.1 Tujuan Penelitian.....	5
I.4.2 Kegunaan Penelitian.....	6
I.5 Kerangka Pemikiran.....	7
I.5.1 Kerangka Teoritis.....	7
I.5.2 Kerangka Konseptual.....	14
I.5.3 Kerangka Operasional.....	16
I.6 Langkah-langkah Penelitian.....	20
I.6.1 Lokasi Penelitian.....	20
I.6.2 Metode Penelitian.....	20
I.6.3 Jenis data dan Sumber Data.....	21
I.6.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22

BAB II TINJAUAN PUSTAKA STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING*

PUBLIC RELATIONS

II.1 Pengertian Strategi.....	27
II.2 Relationship Marketing.....	30
II.3 Public Relations.....	37
II.3.1 Pengertian Public Relations.....	37
II.3.2 Peranan dan Fungsi Public Relations.....	40
II.4 Marketing Public Relations.....	44
II.4.1 Pengertian Marketing Public Relations.....	44
II.4.2 Peranan dan Fungsi Marketing Public Relations.....	47
II.4.3 Strategi Marketing Public Relations.....	50

BAB III PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

III.1 Deskripsi Objektif Penelitian.....	54
III.1.1 Sejarah Perusahaan.....	54
III.1.2 Visi, Misi dan Nilai-nilai PT K-LINK Indonesia.....	57
III.1.3 Prestasi PT K-LINK Indonesia.....	58
III.1.4 Struktur Organisasi PT K-LINK Indonesia.....	60
III.2 Deskripsi Subjektif Penelitian.....	61
III.3 Deskripsi Hasil Penelitian.....	69
III.3.1 Program-program dan Kegiatan PT K-LINK Indonesia Untuk Menaikan Omzet Perusahaan.....	73

III.3.2 Penerapan Strategi <i>Relationship Marketing</i> untuk Menaikan Omzet Perusahaan	86
---	----

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan.....	92
----------------------	----

IV. 2 Saran-Saran.....	97
------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

