

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>xvi</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5 Kajian Penelitian yang Relevan.....	8
1.6 Landasan Pemikiran.....	18
1.6.1 Landasan Teoritis.....	18
1.6.1.1 <i>Three Ways Strategy</i> .....	18
1.6.2 Landasan Konseptual.....	19
1.6.2.1 <i>Marketing Public Relations</i> .....	19
1.6.2.2 Loyalitas Pelanggan.....	21
1.7 Langkah-Langkah Penelitian.....	22
1.7.1 Lokasi Penelitian.....	22
1.7.2 Paradigma dan Pendekatan.....	22
1.7.3 Metode Penelitian.....	24
1.7.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	25
1.7.4.1 Jenis Data.....	25
1.7.4.2 Sumber Data.....	26

1.7.5 Teknik Penentuan Informan.....	27
1.7.6 Teknik Pengumpulan Data.....	28
1.7.7 Teknik Analisis Data.....	32
1.7.8 Rencana Jadwal Penelitian.....	35
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>36</b>
2.1 <i>Marketing Public Relations</i> .....	36
2.1.1 Peranan <i>Marketing Public Relations</i> .....	40
2.1.2 Tujuan <i>Marketing Public Relations</i> .....	41
2.2 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> .....	42
2.2.1 <i>Three Ways Strategy</i> .....	44
2.3 Loyalitas Pelanggan.....	46
2.3.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	48
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	51
3.1.1 Profil Perusahaan.....	51
3.1.2 Sejarah Jonas Photo.....	52
3.1.3 Tagline Jonas Photo.....	53
3.1.4 Visi dan Misi.....	53
3.1.4.1 Visi.....	53
3.1.4.1 Misi.....	53
3.1.5 Filosofi Logo.....	53
3.1.6 Struktural Organisasi.....	54
3.1.7 Pencapaian.....	55
3.1.8 Profil Informan.....	56
3.2 Hasil Penelitian.....	58
3.2.1 <i>Push Strategy</i> Jonas Photo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	59
3.2.1.1 Membuka Toko Jonas Photo di beberapa Tempat.....	60
3.2.1.2 Membangun Brand Loyalty dengan Memberikan Kualitas Terbaik.....	62
3.2.1.3 Memberikan Promo-Promo Spesial yang Memuaskan Pelanggan.....	64
3.2.1.4 Membuat Inovasi Baru Melalui Penambahan Usaha <i>Food and Beverage (FnB)</i> .....	67
3.2.1.5 Diversifikasi Pelayanan melalui Penawaran Produk.....	70

3.2.2	<i>Pull Strategy</i> Jonas Photo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	75
3.2.2.1	Media Sosial sebagai Sarana Penyebar Informasi.....	76
3.2.2.2	Penggunaan Website untuk Pelanggan secara Optimal.....	81
3.2.3	<i>Pass Strategy</i> Jonas Photo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	85
3.2.3.1	Membangun Kepercayaan Pelanggan Melalui <i>Sponsorship</i> Acara.....	85
3.2.3.2	Mengadakan Acara Bermanfaat untuk Masyarakat.....	87
3.2.3.3	Menarik <i>Public Figure</i> untuk Menumbuhkan Kepercayaan Pelanggan.....	89
3.2.3.4	Bekerjasama dengan Instansi Pendidikan.....	93
3.3	Pembahasan.....	97
3.3.1	<i>Push Strategy</i> Jonas Photo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	97
3.3.1.1	Membuka Toko Jonas Photo di beberapa Tempat.....	98
3.3.1.2	Membangun <i>Brand Loyalty</i> dengan Memberikan Kualitas Terbaik.....	99
3.3.1.3	Memberikan Promo-Promo Spesial yang Memuaskan Pelanggan.....	100
3.3.1.4	Membuat Inovasi Baru Melalui Penambahan Usaha <i>Food and Beverage (FnB)</i> .....	101
3.3.1.5	Diversifikasi Pelayanan melalui Penawaran Produk.....	102
3.3.2	<i>Pull Strategy</i> Jonas Photo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	104
3.3.2.1	Media Sosial sebagai Sarana Penyebar Informasi.....	104
3.3.2.2	Penggunaan Website untuk Pelanggan secara Optimal.....	106
3.3.3	<i>Pass Strategy</i> Jonas Photo dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	107
3.3.3.1	Membangun Kepercayaan Pelanggan Melalui <i>Sponsorship</i> Acara.....	107
3.3.3.2	Mengadakan Acara Bermanfaat untuk Masyarakat.....	108
3.3.3.3	Menarik <i>Public Figure</i> untuk Menumbuhkan Kepercayaan Pelanggan.....	109
3.3.3.4	Bekerjasama dengan Instansi Pendidikan.....	110
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>112</b>
4.1	Simpulan.....	112

4.1 Saran.....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>115</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>119</b>

