

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Teoretis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Review hasil penelitian terdahulu.....	4
2.2 Teori Hypodhermic Needle Theory.....	7
2.3 Konsep Penelitian.....	8
2.3.1 <i>Public Relations</i>	8
2.3.2 <i>Marketing Public Relations</i>	9
2.3.3 Efektifitas Seminar.....	10
2.3.4. <i>Brand Awareness</i>	10
2.3.5 Minat.....	12
2.4 Hubungan Brand Awarness dan Minat.....	14
2.5 Kerangka Pemikiran.....	14
2.6 Hipotesis.....	15
2.7 Operasional Variabel.....	15
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	19
3.1. Desain Penelitian.....	19
3.2 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	19
3.3 Populasi dan Sampel.....	19
3.3.1 Populasi.....	20

3.3.2 Sampel	20
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	20
3.5 Teknik Pengumpulan Data	21
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	22
3.6.1 Uji Validitas	22
3.6.2 Uji Reliabilitas	25
3.7 Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN	30
4.1 PT. Fajar Lestari Sejati	30
4.1.1 Gambaran Singkat PT. Fajar Lestari Sejati	30
4.1.2 Kegiatan Perusahaan yang Diteliti	31
4.1.3 Peserta Kegiatan	32
4.1.4 Perencanaan Kegiatan	32
4.1.5 Target Peserta	34
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	34
4.2.1 Identitas Responden	34
4.3 Hasil Penelitian	36
4.3.1 <i>Brand Awareness</i>	36
4.3.2 Minat Beli	43
4.4 Hubungan Brand Awareness dengan Minat Beli	51
4.4.1 Uji Korelasi	51
BAB V PEMBAHASAN	52
5.1 Pembahasan	52
BAB VI PENUTUP	55
6.1 Kesimpulan	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	58
Kuesioner	58
Hasil Uji Validitas	60
Hasil Uji Reabilitas	63
Tabel Test / Retest	64
Tabel Induk	65
Riwayat Hidup	68
Lembar Absensi	69