

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Daftar Tabel	vi
Daftar Gambar	vii
Daftar Lampiran	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi	14
2.1.1 Komunikasi	14
2.1.1.1 Pengertian Komunikasi.....	14
2.1.2 Public Relation	15
2.1.2.1 Definisi PR atau Humas.....	15
2.1.2.2 Tujuan dan Tugas PR.....	20
2.1.3 Citra Merek	20
2.1.3.1a Pengertian Citra.....	20
2.1.3.1b Pengertian Merek.....	25
2.1.3.1c Manfaat Merek.....	26

2.1.3.2 Citra Merek.....	29
2.1.4 Minat Beli.....	35
2.1.4a Faktor yang mempengaruhi minat beli.....	39
2.2 Operasionalisasi Variabel.....	41
2.3 Kerangka Pemikiran.....	49
2.4 Hipotesis.....	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	50
3.1.1 Populasi Dan Sample	51
3.2 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	52
3.3 Tehnik Pengumpulan Data.....	55
3.4 Realibilitas dan Validitas Alat Ukur.....	56
3.4.1 Realibilitas.....	56
3.4.2 Validitas Alat Ukur.....	61
3.5 Teknik Analisis Data.....	62

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Subyek Penelitian.....	64
4.1.1 Sejarah PT. Multistrada Arah Sarana.....	64
4.1.2 Visi dan Misi.....	67
4.1.3 Inovasi.....	67
4.1.4 Pencapaian Prestasi.....	69
4.1.5 Struktur Organisasi.....	71
4.2 Hasil Penelitian.....	71

4.2.1 Karakteristik Responden.....	72
4.2.2 Distribusi Frekuensi.....	78
4.2.2.a Distribusi Frekuensi Citra Pembuat (X1)	78
4.2.2.b Distribusi Frekuensi Citra Pemakai (X2)	83
4.2.2.c Distribusi Frekuensi Citra Produk (X3)	87
4.2.2.d Distribusi Frekuensi Minat Beli (Y)	93
4.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Ban Achilles PT. Multistrada Arah Sarana.....	99
4.3.1 Uji T.....	103
4.4 Pembahasan.....	103
BAB V Kesimpulan Dan Saran	
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	