

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SIDANG	i
HALAMAN PENGESAHAN SIDANG	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Teori Stimulus Organism Response	8
2.3 Definisi Konseptual	9
2.3.1 Public Relations	9
2.3.1.1 Tujuan Public Relations	10
2.3.1.2 Fungsi Public Relations	10
2.3.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	10
2.3.2.1 Marketing Public Relations	11

2.3.2.2 Tujuan Marketing Public Relations	12
2.3.2.3 Peran Marketing Public Relations	13
2.3.3 Hubungan PR Dengan Marketing PR	13
2.3.4 Loyalitas Pelanggan	14
2.3.5 McDonald's	15
2.4 Kerangka Penelitian	15
2.5 Hipotesis	17
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Metode Penelitian	18
3.2 Obyek Penelitian	19
3.3 Rencana Penelitian	19
3.3.1 Tempat Penelitian	19
3.3.2 Waktu Penelitian	19
3.4 Sumber Data	20
3.4.1 Populasi	20
3.4.2 Sampel	20
3.5 Operasional Variabel	20
3.6 Validitas dan Reliabilitas Data	23
3.6.1 Validitas	23
3.6.2 Reliabilitas Data	25
3.7 Teknik Pengumpulan Data	27
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.8.1 Hipotesis.....	29
BAB IV. HASIL PENELITIAN	30
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	30
4.1.1 Visi McDonald's Green Garden.....	31
4.1.2 Logo McDonald's.....	31
4.2 Data Responden	31

4.3 Hasil Butir Pertanyaan	32
4.4 Hasil Analisi Statistik	41
4.4.1 Analisis Deskriptif.....	41
4.4.2 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	41
4.4.3 Uji Hipotesis	42
BAB V. PEMBAHASAN.....	43
5.1 Karakteristik Responden	43
5.2 Marketing Public Relations	43
5.3 Loyalitas Pelanggan	44
BAB VI. PENUTUP	43
6.1 Kesimpulan.....	45
6.2 Saran	47
DAFTAR REFERENSI	49
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu	5
3.1 Waktu Penelitian	19
3.2 Variabel Marketing Public Relations	21
3.3 Variabel Loyalitas Pelanggan	22
3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X	24
3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	25
3.6 Hasil Uji Reliabilitas	26
3.7 Kriteria Analisis Deskriptif Persentase	28
4.1 Jenis Kelamin Responden	31
4.2 Frekuensi Berkunjung	32
4.3 Responden Pada Pertanyaan No. 1	32
4.4 Responden Pada Pertanyaan No. 2	33
4.5 Responden Pada Pertanyaan No. 3	33
4.6 Responden Pada Pertanyaan No. 4	33
4.7 Responden Pada Pertanyaan No. 5	34
4.8 Responden Pada Pertanyaan No. 6	34
4.9 Responden Pada Pertanyaan No. 7	34
4.10 Responden Pada Pertanyaan No. 8	35
4.11 Responden Pada Pertanyaan No. 9	35
4.12 Responden Pada Pertanyaan No. 10	35
4.13 Responden Pada Pertanyaan No. 11	36
4.14 Responden Pada Pertanyaan No. 12	36
4.15 Responden Pada Pertanyaan No. 13	36
4.16 Responden Pada Pertanyaan No. 14	37
4.17 Responden Pada Pertanyaan No. 15	37
4.18 Responden Pada Pertanyaan No. 16	37

4.19 Responden Pada Pertanyaan No.17.....	38
4.20 Responden Pada Pertanyaan No.18.....	38
4.21 Responden Pada Pertanyaan No.19.....	38
4.22 Responden Pada Pertanyaan No.20.....	39
4.23 Responden Pada Pertanyaan No.21.....	39
4.24 Hasil Mean Variabel X.....	39
4.25 Hasil Mean Variabel Y.....	40
4.26 Hasil Analisis Deskriptif.....	41
4.27 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	41
4.28 Hasil Uji Hipotesis.....	42

DAFTAR BAGAN

2.1 Bagan S - O - R.....	8
2.2 Kerangka Pemikiran.....	16

DAFTAR RUMUS

3.1 Pearson Product Moment	24
3.2 Alfa Cronbach	26
3.3 Analisis Deskriptif	28
3.4 Regresi Linear Sederhana	29
3.5 Uji Hipotesis	29