

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	
KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN TEORITIS	6
2.1. Penelitian Terdahulu	6
2.2. Relationship Management Theory.....	10
2.3. Marketing Public Relations	12
2.4. Strategi Marketing Public Relations	16
2.5. Kerangka Pemikiran	20
BAB III.....	21
METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1. Paradigma Penelitian	21
3.1.1 Positivisme.....	21

3.1.2	Konstruktivisme.....	21
3.1.3	Kritis	22
3.2.	Pendekatan Penelitian	23
3.3.	Metode Penelitian	23
3.4.	Desain Penelitian	24
3.5.	Jenis Penelitian	26
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7.	Objek dan Subjek Penelitian.....	28
3.8.	Teknik Keabsahan Data	29
3.9.	Teknik Analisis Data	31
BAB IV	32
HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1.	Objek Penelitian.....	32
4.1.1	Gambaran Umum PT. Coffee Keren Internasional	32
4.1.2	Visi dan Misi PT. Coffee Keren Internasional.....	33
4.1.3	Struktur Organisasi PT. Coffee Keren Internasional	33
4.2.	Subjek Penelitian	34
4.3.	Hasil Penelitian	34
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian	47
BAB V	50
PENUTUP	50
5.1.	Kesimpulan	50
5.2.	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsumsi Kopi Nasional	1
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	6

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Lima model kolaborasi Marketing dan Public Relation	13
Gambar 2.4 Model Segitiga Emas Strategi MPR	18
Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran	20