

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN... ..	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI... ..	ix
DAFTAR GAMBAR... ..	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah .....	4
1.4. Rumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian .....	5
1.6. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	6
2.1.1. Definisi Pemasaran .....	6
2.1.2. Marketing Public Relation ( MPR).....	7
2.1.3. Model Keterkaitan antara Marketing dan Public Relations .....	9
2.1.4. Strategi MPR .....	11
2.1.5. Keuntungan MPR .....	12
2.1.6. Peranan MPR.....	13
2.1.7. Proses Kegiatan MPR .....	14
2.1.8. Kegiatan MPR .....	19
2.1.9. Special Event .....	21
2.2. Kerangka Berpikir .....	25
2.3. Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Rancangan Penelitian.....	33
3.2. Populasi dan Sampel .....	34
3.3. Definisi Variabel.....	35
3.4. Instrumen Penelitian .....	36
3.5. Realibilitas dan Validitas Alat Ukur.....	37

3.6. Teknik Analisis Data .....	38
---------------------------------	----

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Subyek Penelitian .....	40
4.1.2. Hasil Penelitian.....	44
4.2. Pembahasan Penelitian.....	57

**BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran .....	71

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**