

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SEMINAR & TEKNIK PENULISAN ILMIAH	ii
TANDA PENGESAHAN SEMINAR & TEKNIK PENULISAN ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Teori	27
2.2.1 Strategi Marketing Public Relation	28
2.2.2 Marketing Public Relation.....	31
2.2.2.1 Pengertian Marketing Public Relation	31
2.2.2.2 Strategi Marketing Public Relations	33
2.2.2.3 Hambatan Marketing Public Relations	35
2.2.3 <i>Food and Beverage</i>	37
2.2.3.1 Pengertian <i>Food and Beverage</i>	38
2.2.3.2 Seksi-seksi <i>Food and Beverage</i>	38
2.2.4 Promosi.....	40
2.2.4.1 Pengertian Promosi	40
2.2.4.2 Unsur-unsur Promosi	41

2.2.5 Produk.....	44
2.2.5.1 Pengertian Produk.....	44
2.2.5.2 Tingkatan Produk.....	46
2.3 Kerangka Konseptual	48
BAB III METODE PENELITIAN.....	49
3.1 Paradigma Penelitian.....	49
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Jenis Penelitian.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data	51
3.5.1 Studi Lapangan (Data Primer).....	51
3.5.2 Studi Pustaka (Data Sekunder).....	51
3.6 Teknik Analisis Data.....	52
3.7 Teknik Keabsahan Data	54
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	56
4.1 Subjek Penelitian	56
4.1.1 Gambaran Umum PT. Ohlala Internasional.....	56
4.1.2 Visi dan Misi PT. Ohlala Internasional.....	57
4.1.3 Struktur Organisasi PT.Ohlala Internasional	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	59
4.2.2 Penerapan <i>Three Ways Strategy</i>	59
4.2.2.1 Push.....	59
4.2.2.2 Pas.....	60
4.2.2.3 Pull	60
4.3 Pembahasan.....	61
4.3.1 Tahapan Perencanaan <i>Marketing Public Relations</i>	67
BAB V PEMBAHASAN.....	72
5.1 Pull Strategy	73
5.2 Push Strategy	73
5.3 Pass Strategy	74
BAB VI PENUTUP.....	74
6.1 Kesimpulan	74
6.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pikir Penelitian.....58