

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	viii
ABSTRAK	1
<i>ABSTRACT</i>	2
DAFTAR ISI.....	3
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang	5
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktisi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA TEORI.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Pustaka	12
2.2.1 Landasan Teori	12
2.2.1.1 Teori S-OR.....	12
2.2.1.2 Definisi <i>Public Relations</i>	13
2.2.2 <i>Marketing Public Relations</i>	15
2.2.2.1 Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	15
2.2.2.2 Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	17
2.2.3 Loyalitas Pelanggan	18
2.2.3.1 Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	19
2.3 Kerangka Teori.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
2.5 Operasional Variabel.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian.....	26
3.2 Pendekatan Penelitian	26
3.3 Metode Penelitian.....	27
3.4 Sumber Data.....	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel.....	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.6.1 Uji Validitas	30
3.6.2 Hasil Uji Validitas	30
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	31

3.6.4	Hasil Uji Reliabilitas	33
3.7	Rencana Analisis Data	33
3.8	Korelasi <i>Product Moment</i>	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN	35
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2	Hasil Penelitian	36
BAB V	PEMBAHASAN.....	53
BAB VI	PENUTUP	58
6.1	Kesimpulan	58
6.2	Saran-Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN.....	62