

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	
1.4.1 Kegunaan secara teori	4
1.4.2 Kegunaan secara praktis	4
1.5. Sistematika Laporan Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori	
2.1.1 Public Relation	7
2.1.2 Fungsi PR	8
2.1.3 Fungsi PR dalam manajemen	9
2.1.4 Kegiatan PR	10
2.1.5 Kredibilitas	10
2.1.6 Kepuasan Informasi	13
2.2 Operasional Variabel	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB II. Metode Penelitian	
3.1. Desain Penelitian	21
3.2. Sumber Data	
3.2.1 Populasi	21
3.2.2 Sample	22
3.3. Teknik Pengumpulan Data	22
3.4. Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur.	
3.4.1 Validitas	24
3.4.2 Reliabilitas	25
3.5. Teknik Analisis Data	27
BAB IV PEMBAHASAN	
4.1. Subyek Peneliti	28
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	28
4.1.2 Visi Perusahaan	30
4.1.3 Misi Perusahaan	30

4.2. Hasil Penelitian	
4.2.1 Karakteristik Responden	31
4.2.2. Tabel Jawaban Responden	
a. Kredibilitas	33
b. Kepuasan Informasi	47
4.2.3 Variabel X (Kredibilitas Manager Marketing)	53
4.2.4 Variabel Y (Kepuasan Informasi)	55
4.3. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP	
V.1. Kesimpulan	58
V.2. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	