

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Fokus Penelitian	4
1.3.Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1.Kerangka Teori	7
2.2.Public Relations	7
2.2.1 Pengertian Public Realties	9
2.3. Fungsi Public Relations	10
2.4. Corporate Public Relations	12
2.5. Marketing Public Relations	14
2.5.1 Konsep Marketing Public Relations	17
2.5.2 Ruang Lingkup Pekerjaan Marketing PR	19
2.5.3 Peran Marketing PR.....	20

2.5.4 Manfaat Marketing Public Relations	21
2.6. Strategi	22
2.6.1 Strategi Marketing Public Relations	23
2.7. Brand Image.....	26
2.8. Leasing.....	29
2.9. Kerangka Pemikiran	33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.Desain Penelitian	35
3.2.Kategorisasi Data.....	38
3.3. Sumber Data	40
3.4.Bahan Penelitian dan Unit Analisis	41
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6. Uji Keabsahan Data	44
3.7. Teknik Analisis Data	45

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Subjek Penelitian	47
4.2 Tahap Pengumpulan Data.....	51
4.3 Hasil Penelitian.....	52
4.4 Pembahasan	63

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 67

5.2 Saran 69

DAFTAR PUSTAKA..... 71