

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP.....	9
2.1. Tinjauan Teoristis.....	9
2.1.1 Public Relations.....	9
2.1.2 Fungsi Public Relations.....	10
2.1.3 Tujuan Public Relations	11
2.1.4 Ruang Lingkup Public Relations.....	12
2.1.5 Peran Public Relations	14
2.1.6 Rebranding	15
2.1.7 Elemen Rebranding	17
2.1.8 Logo	17
2.1.9 Reputasi Perusahaan.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.4 Kerangka Konsep	24
BAB III	25
METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Waktu penelitian dan Tempat Penelitian.....	25
3.2 Pendekatan Penelitian	25

3.3 Metode Penelitian.....	25
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	26
3.4.1 Definisi Variabel Penelitian	26
3.4.2 Operasional Variabel.....	26
3.5 Populasi dan Sampel	29
3.6 Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	30
3.7 Teknik Pengumpulan Data	31
3.7.1 Data Primer	31
3.7.2 Data Sekunder	31
3.8 Teknik Analisis Data.....	31
3.9 Uji Validitas dan Rehabilitas.....	32
BAB IV	36
HASIL PENELITIAN.....	36
4.1 GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	36
4.2 Hasil Penelitian	37
4.2.1 Karakteristik Responden	37
4.2.2 Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) variabel X	39
4.2.3 Reputasi Perusahaan Variabel Y	44
4.2.4 Rekapitulasi Variabel X dan Y.....	50
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana.....	51
4.2.6 Uji Hipotesis.....	54
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	55
BAB V.....	59
KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN.....	64