

DAFTAR ISI

LEMBARPERSETUJUAN	i
LEMBARPENGESAHAN	ii
PERNYATAANORISINILITAS	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan Penelitian	9
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	
A. Tinjauan Pustaka	11
1. <i>Public Relations</i>	11
2. <i>Marketing Public Relations</i>	17
3. Koperasi	23
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Konsep.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	33

B. Pendekatan Penelitian	33
C. Metode Penelitian	34
D. Operasionalisasi Konsep.....	34
E. Teknik Penentuan Informan.....	35
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Teknik Analisis Data	40
H. Uji Keabsahan Data	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokus Penelitian.....	42
1. Sejarah dan Profil Koperasi Namastra.....	42
2. Visi dan Misi Koperasi Namastra	47
3. Struktur Organisasi Koperasi Namastra.....	48
B. Hasil Penelitian	48
C. Pembahasan	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN