

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN	vi
MOTO	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
UCAPAN TERIMAKASIH	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Pembatasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	7
A. Tinjauan Pustaka	7
1. <i>Public Relations</i>	7
2. <i>Kampanye Public Relations</i>	12
3. <i>Pesan Kampanye Public Relations</i>	14
4. <i>Brand Image</i>	17
5. <i>Hubungan Antara Pesan Kampanye dengan Brand Image</i>	18
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Hipotesis Penelitian	22
D. Kerangka Konsep	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Tempat dan Waktu Penelitian	23
B. Pendekatan Penelitian	23
C. Metode Penelitian	23
D. Operasional Variabel	24
E. Populasi dan Sampel	26
1. Populasi	26
2. Sampel	27
F. Teknik Pengumpulan Data.....	28
1. Data Primer	28
2. Data Sekunder	28
G. Teknik Pengukuran Data.....	29
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	29
1. Uji Validitas	21
2. Uji Realibilitas	32
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	33
I. Teknik Analisis data	33
1. Uji T	33
2. Regresi Linear Sederhana	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
B. Deskripsi Hasil Penelitian	36
1. Identitas Responden	36
2. Pernyataan Variabel X	38
3. Pernyataan Variabel Y	45
4. Rekapitulasi Variabel X dan Y	51
5. Uji Regresi Linear Sederhana	52
6. Koefisien Regresi (Uji T)	54
C. Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65