

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS.....	9
A. Tinjauan Pustaka	9
1. <i>Public Relations</i>	9
2. <i>Marketing Public Relations</i>	12
3. <i>Customer Engagement</i>	17
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Hipotesis Penelitian	25
D. Kerangka Konsep	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Tempat dan Waktu Penelitian	26

B. Pendekatan Penelitian	26
C. Metode Penelitian	26
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	26
E. Populasi dan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Sampel	30
F. Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian	31
G. Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Jenis Data	32
2. Sumber Data.....	32
3. Pengumpulan Data	32
H. Teknik Analisis data	33
1. Teknik Analisi Linear Sedehana	33
2. Uji T	33
I. Uji Validitas dan Reliabilitas	35
1. Uji Validitas	35
2. Uji Realibilitas	35
3. Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umun Objek Penelitian	38
B. Hasil Penelitian	39
1. Identitas Responden	39
2. Pernyataan Variabel X	40
3. Pernyataan Variabel Y	49
4. Rekapitulasi Variabel X dan Y	57
5. Uji Regresi Linear Sederhana	58
6. Koefisien Regresi (Uji T)	60
C. Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70