

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I.....	18
PENDAHULUAN.....	18
A. Latar Belakang	18
B. Identifikasi Masalah.....	25
C. Pembatasan Masalah.....	25
D. Rumusan Masalah.....	26
E. Tujuan Penelitian	26
F. Manfaat Penelitian	27
BAB II.....	28
TINJAUAN PUSTAKA, DAN KERANGKA KONSEP	28
A. Tinjauan Pustaka.....	28
1. Pengertian Public Relations	28
2. Hubungan Marketing dengan Public Relations	28
3. Marketing Public Relations.....	32
4. Citra Perusahaan	35
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Hipotesis Penelitian	41

D. Kerangka Konsep.....	42
BAB III.....	44
METODOLOGI PENELITIAN.....	44
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	44
B. Pendekatan Penelitian.....	44
C. Metode Penelitian.....	44
D. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	45
1. Variabel Bebas Independent Variable(x).....	45
2. Variabel Terikat (Dependent Variable).....	46
E. Populasi dan Sampel.....	47
1. Populasi.....	47
2. Sampel.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	49
G. Teknik Analisis Data.....	50
H. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	51
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Reliabilitas.....	53
BAB IV.....	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Penelitian.....	56
1. Gambaran Singkat Umum Brand Haus.....	56
2. Visi.....	57
3. Misi.....	57
B. Data Deskripsi Penelitian.....	57
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
2. Pernyataan Variabel X (Pengaruh Marketing).....	59
3. Pernyataan Variabel Y (Citra Brand).....	87
4. Rekapitulasi Variabel X dan Y.....	95
5. Uji Regresi Linier Sederhana.....	97
6. Uji Hipotesis.....	100
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	102

1. Pengaruh Marketing Public Relations “hausindonesia”	103
2. Citra Brand Haus Indonesia @hausindonesia.....	103
3. Pengaruh Marketing Public Relations Terhadap Citra Brand @hausindonesia	104
BAB V.....	105
KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
A. Kesimpulan	105
B. Saran	105