

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	11
1. Manfaat Akademis	10
2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS, KERANGKA KONSEP	
A. Tinjauan Pustaka	12
1. <i>Public relations</i>	12
2. <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	20
3. Citra Perusahaan.....	25
B. Penelitian Terdahulu	30
C. Hipotesis.....	33
D. Kerangka Konsep	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	35
B. Pendekatan Penelitian	35
C. Metode Penelitian.....	35
D. Definisi Variable dan Operasional Variable	36
1. Definisi Operasional Variable.....	36

E. Populasi dan Sampel	37
1. Pupulasi.....	37
2. Sampel.....	38
F. Pengukuran dan Pengamatan Variable Penelitian.....	38
G. Teknik Pengumpulan Data	39
1. Data Primer	39
2. Data Sekunder	39
H. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Regresi Linear Sederhana	39
2. Uji Koefisien Regresi (Uji t).....	40
3. Uji Hipotesis	40
I. Uji Validitas dan Reabilitas	41
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reabilitas	42
J. Hasil Uji Validitas.....	42
1. Uji Validitas Variabel X (IMC)	43
2. Uji Validitas Variabel Y (Citra Perusahaan).....	44
K. Hasil Uji Reliaibilitas.....	45
1. Uji Reliabilitas Variabel X (IMC)	45
2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Citra Perusahaan).....	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Hasil Penelitian	48
1. Identitas Responden	48
a. Usia	48
b. Jenis Kelamin.....	49
c. Status Pekerjaan	49
2. Pernyataan Variabel X (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	
a. <i>Advertising</i>	50
b. <i>Sales Promotion</i>	52
c. <i>Personal Salling</i>	53
d. <i>Public Relations</i>	55
e. <i>Direct and Digital Marketing</i>	56
3. Pernyataan Variabel Y (Citra Perusahaan)	58
a. <i>Personality</i>	58
b. <i>Reputation</i>	60
c. <i>Value/Ethic</i>	61
d. <i>Corporation Identity</i>	63
4. Rekapitulasi Variabel X dan Y	65
5. Uji Regresi Linear Sederhana	66
6. Hipotesis.....	69
C. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. IMC Yang Dilakukan oleh Ortuseight	71
2. Citra Perusahaan.....	71

3. Seberapa besar pengaruh IMC terhadap Citra Perusahaan Ortuseight (Survei Pada Followers Akun Instagram @Sd3_Sport) 72

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran	75
Daftar Pustaka	76
Lampiran	xvi