

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Pembatasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Public Relations	9
2.1.2 <i>Marketing Public Relations</i>	10
2.1.3 New Media	12
2.1.4 Sosial Media	13
2.1.5 Instagram	14

2.1.6	<i>Brand Awareness</i>	15
2.1.6.1	Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	16
2.2	Penelitian Terdahulu	18
2.3	Hipotesis	27
2.4	Kerangka Konsep	27
BAB III	METEDOLOGI PENELITIAN	29
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.2	Pendekatan Penelitian	29
3.3	Metode Penelitian	29
3.4	Variabel dan Definisi Oprasional Variabel	30
3.4.1	Definisi Variabel	30
3.4.2	Oprasional Variabel	31
3.5	Populasi dan Sempel	32
3.5.1	Populasi	32
3.5.2	Sampel	33
3.6	Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian	34
3.7	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7.1	Data Primer	35
3.7.2	Data Sekunder	35
3.8	Teknik Analisis Data	35
3.8.1	Analisis Regresi	35
3.8.2	Uji Hipotesis (Uji t)	36
3.9	Uji Validitas dan Reabilitas	37
3.9.1	Uji Validitas	37
3.9.2	Uji Reabilitas	38
3.10	Hasil Uji Validitas	39
3.10.1	Hasil Uji Validitas Variabel X	39
3.10.2	Hasil Uji Validitas Variabel Y	40
3.11	Hasil Uji Reabilitas	42

3.11.1 Hasil Uji Reabilitas X.....	42
3.11.2 Hasil Uji Reabilitas Y.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.2.1 Identitas Responden.....	45
4.2.2 Pernyataan Variabel X (<i>Marketing Public Relations</i>).....	47
4.2.3 Pernyataan Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>).....	55
4.2.4 Rekapitulasi Hasil Variabel X dan Y.....	63
4.2.5 Uji Regresi Linear Sederhana.....	65
4.2.6 Uji Hipotesis.....	67
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.3.1 <i>Marketing Public Relations</i> Lucky Bundle.....	70
4.3.2 <i>Brand Awareness</i> Lucky Bundle.....	71
4.3.3 <i>Pengaruh Marketing Public Relations terhadap Brand Awareness</i> Lucky Bundle.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	