

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Pembatasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	4
E. Tujuan Penelitian	4
F. Manfaat Penelitian	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

A. Tinjauan Pustaka	5
1. <i>Public Relations</i>	5
2. Komunikasi Pemasaran	17
3. Komunikasi Pemasaran Terpadu	19
4. Strategi	23
5. <i>Brand Image</i>	27
B. Penelitian Terdahulu	39
C. Kerangka Konsep	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu	42
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Metode Penelitian	43
D. Operasionalisasi Konsep	44
E. Teknik Penentuan Informan	44
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Teknik Analisa Data	47
H. Uji Keabsahan Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Fokus Penelitian	50
1. Sejarah Singkat PT PNM Investment Management	50
2. Visi dan Misi	50
3. Struktur Organisasi PT PNM Investment Management .	50
B. Hasil Penelitian	52
C. Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN