

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Rangkuman Teori	13
2.1.1 <i>Marketing Public Relations</i>	13
2.1.1.1 <i>Integrated Marketing Communcations (IMC)</i>	14
2.1.1.2 P.E.N.C.I.L.S	16
2.1.2 <i>Brand Reputation</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Model Penelitian	29
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	32
3.2.1 Variabel Independen	32
3.2.2 Variabel Dependen	32
3.2.3 Skala Pengukuran	36
3.3 Populasi dan Sampel	37

3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel	37
3.3.3 Teknik Sampling.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Data Primer	39
3.4.2 Data Sekunder	39
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.5.1 Uji Validitas	39
3.5.2 Uji Reliabilitas	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	42
3.6.1 Analisis Deskriptif	42
3.6.2 Uji Normalitas	45
3.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	45
3.6.4 Analisis Koefisien Korelasi	46
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi	47
3.6.6 Uji Hipotesis (Uji t)	47
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Pengumpulan Data	49
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	49
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	50
4.3 Hasil Penelitian	51
4.3.1 Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	51
4.3.2 Analisis Deskriptif	52
4.3.2.1 Penyajian Data Deskriptif <i>Marketing Public Relations</i>	52
4.3.2.2 Penyajian Data Deskriptif <i>Brand Reputation</i>	60
4.3.3 Uji Normalitas	65
4.3.4 Analisis Linearitas dan Regresi Linier Sederhana	67

4.3.4.1 Analisis Linearitas	67
4.3.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	67
4.3.5 Analisis Koefisien Korelasi	69
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi	70
4.3.7 Uji Hipotesis (uji t)	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	72
4.4.1 Pembahasan Variabel <i>Marketing Public Relations</i> (X)	73
4.4.2 Pembahasan Variabel <i>Brand Reputation</i> (Y)	74
4.4.3 Pengaruh <i>Marketing Public Relations</i> terhadap <i>Brand Reputation</i>	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	79
5.2.1 Saran Akademis	79
5.2.2 Saran Praktis	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	86