

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| ABSTRAK | i |
| ABSTRACK | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN..... | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| PERNYATAAN..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| RIWAYAT HIDUP..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| 1.4.1 Kegunaan Secara Akademis..... | 8 |
| 1.4.2 Kegunaan Secara Praktis..... | 9 |
| 1.5 Telaah Pustaka | 10 |
| 1.5.1 Penelitian Terdahulu | 10 |
| 1.6 Langkah-Langkah Penelitian | 18 |
| 1.6.1 Lokasi Penelitian..... | 18 |
| 1.6.2 Paradigma Penelitian..... | 18 |
| 1.6.3 Pendekatan Penelitian | 19 |
| 1.6.4 Metodologi Penelitian..... | 21 |
| 1.6.5 Sumer Data..... | 22 |
| 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data..... | 22 |
| 1.6.7 Analisi Data..... | 24 |
| 1.6.8 Rencana Jadwal Penelitian..... | 26 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | |
| 2.1 <i>Marketing Public Relations</i> | 28 |
| 2.1.1 Sejarah <i>Marketing Public Relations</i> | 29 |
| 2.1.2 Konsep <i>Marketing Public Relations</i> | 31 |
| 2.1.3 Peran <i>Marketing Public Relations</i> | 36 |
| 2.2 Strategi | 37 |
| 2.2.1 Strategi <i>Marketing</i> | 37 |
| 2.2.2 Strategi <i>Public Relations</i> | 39 |
| 2.2.3 Strategi <i>Marketing Public Relations (Three Ways Strategy)</i> | 42 |

| | |
|---|----|
| 2.3 <i>Brand Image</i> | 44 |
| 2.3.1 Konsep <i>Brand Image</i> | 44 |
| 2.3.2 Hirarki <i>Brand Image</i> | 47 |
| 2.3.3 Fungsi dan Peran <i>Brand Image</i> | 49 |
| 2.3.4 Dimensi <i>Brand Image</i> | 50 |

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|-----|
| 3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian | 53 |
| 3.1.1 Sejarah Perusahaan..... | 53 |
| 3.1.2 Logo Perusahaan | 55 |
| 3.1.3 Visi, Misi dan <i>Corporate Culture</i> Perusahaan..... | 55 |
| 3.1.4 Struktur Organisasi | 56 |
| 3.1.5 Data Informan | 57 |
| 3.2 Hasil Penelitian | 57 |
| 3.2.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT. Eigerindo Multi Produk Industri dalam Usaha Meningkatkan Produksi dan Penjualan Sebagai Pembentukan <i>Brand Image</i> Eiger | 57 |
| 3.2.2 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT. Eigerindo Multi Produk Industri dalam Usaha Pengenalan dan Penyebaran Informasi Produk Sebagai Pembentukan <i>Brand Image</i> Eiger | 77 |
| 3.2.3 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT. Eigerindo Multi Produk Industri Membangun Opini Publik Sebagai Pembentukan <i>Brand Image</i> Eiger..... | 90 |
| 3.3 Pembahasan..... | 98 |
| 3.3.1 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT. Eigerindo Multi Produk Industri dalam Usaha Meningkatkan Produksi dan Penjualan Sebagai Pembentukan <i>Brand Image</i> Eiger | 98 |
| 3.3.2 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT. Eigerindo Multi Produk Industri dalam Usaha Pengenalan dan Penyebaran Informasi Produk Sebagai Pembentukan <i>Brand Image</i> Eiger | 124 |
| 3.3.3 Strategi <i>Marketing Public Relations</i> PT. Eigerindo Multi Produk Industri Membangun Opini Publik Sebagai Pembentukan <i>Brand Image</i> Eiger..... | 136 |

| | |
|-----------------------------|------------|
| BAB IV Penutup | |
| 4.1 Simpulan | 145 |
| 4.2 Saran..... | 148 |
| DAFTAR PUSTAKA | 150 |
| LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 : Penelitian Terdahulu | 13 |
| Tabel 1.2 : Rencana Jadwal Penelitian..... | 26 |
| Tabel 2.1 :Konsep <i>Marketing Public Relations</i> | 33 |
| Tabel 2.2 : Strategi <i>Push, Pull, Pass</i> | 44 |
| Tabel 3.1 : Profil Informan..... | 57 |



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 : Hirarki <i>Branding</i> | 47 |
| Gambar 2.2 : Dimensi <i>Brand Image</i> | 50 |
| Gambar 3.1 : Logo Perusahaan | 55 |
| Gambar 3.2 : Struktur Organisasi..... | 56 |



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Keputusan Skripsi
- Lampiran 4 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 5 : Hasil Wawancara
- Lampiran 6 : Lembar Bimbingan dan Konsultasi Skripsi

