

## DAFTAR ISI

**ABSTRAK**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Kegunaan Penelitian.....	9
1.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	10
1.6. Kerangka Pemikiran.....	12
1.7. Langkah-Langkah Penelitian.....	20
1.8. Metode Penelitian.....	20
1.9. Jenis Dan Sumber Data.....	21
1.10. Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.11. Analisis Data.....	23
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>26</b>
<b>2.1. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>.....</b>	<b>26</b>
2.1.1. Pengertian Strategi.....	26
2.1.2. Perumusan Strategi.....	28
2.1.3. Pengertian <i>Public Relations</i> .....	29
2.1.4. Peran Dan Fungsi <i>Public Relations</i> .....	31
2.1.5. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	33
2.1.6. Ruang Lingkup Tugas Dan Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	37

2.1.7. Pengertian Pemasaran ( <i>Marketing</i> ).....	37
2.1.8. Bauran Dalam Pemasaran.....	38
2.1.9. Unsur Saluran Pemasaran.....	39
<b>2.2. <i>Marketing Public Relations</i> .....</b>	<b>40</b>
2.2.1. Pengertian <i>Marketing Public Relations</i> .....	40
2.2.2. Peranan <i>Marketing Public Relations</i> .....	42
2.2.3. Manfaat <i>Marketing Public Relations</i> .....	43
2.2.4. Ruang Lingkup Tugas Dan Kegiatan <i>Marketing Public Relations</i> .....	44
2.2.5. Keputusan-Keputusan Dalam Melaksanakan <i>Marketing Public Relations</i> .....	45
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
3.1. Gambaran Objek Penelitian.....	49
3.1.1. Sejarah Singkat Perkeretaapian di Indonesia.....	49
3.1.2. Sejarah Singkat Kereta Api Argo Parahyangan.....	53
3.1.3. Profil PT Kereta Api Indonesia (Persero) Secara Umum.....	54
3.1.4. Profil PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional II Bandung.....	56
3.1.5. Visi, Misi PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	57
3.1.6. Budaya Perusahaan Dan Makna Logo PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	58
3.1.7. Struktur Organisasi PT Kereta Api Indonesia.....	60
3.1.8. Kebijakan Kepala Daerah Operasional II Bandung.....	61
3.1.9. Kereta Api Penumpang Kelas Argo.....	61
3.2. Data Informan.....	62
3.3. Hasil Penelitian .....	63
3.4. Pembahasan Penelitian.....	91

3.4.1. Perencanaan <i>Marketing Public Relations</i> di PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	91
3.4.2. Pelaksanaan <i>Marketing Public Relations</i> di PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	105
3.4.3. Pengevaluasian <i>Marketing Public Relations</i> di PT Kereta Api Indonesia (Persero).....	115
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>120</b>
4.1. Kesimpulan Dan Saran	
4.1.1. Kesimpulan.....	123
4.1.2. Saran-Saran.....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

