

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.3 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Kerangka Teori/Pemikiran	10
1.5.1 Teori Perencanaan	10
1.5.2 <i>Strategic Marketing Public Relations</i>	17
1.5.3 Loyalitas Konsumen.....	22

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Marketing</i>	31
2.2 <i>Marketing Public Relations</i>	31
2.2.1 <i>Peranan Marketing Public Relations</i>	33
2.2.2 <i>Strategi Marketing Public Relations</i>	36
2.3 <i>Loyalitas Pelanggan</i>	37
2.3.1 <i>Karakteristik Loyalitas Pelanggan</i>	38
2.4 <i>Penelitian Terdahulu</i>	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 <i>Metode Penelitian</i>	44
3.2 <i>Jenis Penelitian</i>	45
3.3 <i>Objek Penelitian</i>	46
3.4 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	46
3.4.1 <i>Observasi</i>	46
3.4.2 <i>Wawancara</i>	47
3.4.3 <i>Studi Pustaka</i>	49
3.5 <i>Teknik Analisis Data</i>	50
3.6 <i>Uji Validitas Data</i>	50
3.7 <i>Waktu dan Lokasi Penelitian</i>	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 <i>Hasil Penelitian Waroeng Spesial Sambal (SS)</i>	53
4.1.1 <i>Gambaran Umum Waroeng Spesial Sambal (SS)</i>	53
4.1.2 <i>Visi dan Misi Perusahaan</i>	55

4.1.3 Lokasi Perusahaan.....	55
4.1.4 Desain Logo Perusahaan	57
4.1.5 Sturktur Organisasi.....	60
4.1.6 Fasilitas dan Produk Waroeng Spesial Sambal (SS).....	64
4.1.7 Mitra Perusahaan.....	68
4.2 Strategi MPR Dalam Mempertahankan Loyalitas pada Konsumen	73
4.2.1 Teknik Menarik (<i>Pull Strategy</i>)	76
4.2.2 Teknik Mendorong (<i>Push Strategy</i>).....	79
4.2.3 Teknik Membranding (<i>Pass Strategy</i>)	83
4.3 Loyalitas Konsumen.....	88
4.4 Bentuk dan Alat Kegiatan MPR Waroeng Spesial Sambal (SS)	101
4.5 Pembahasan.....	105
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran.....	119

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

