DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI viii

BAB I : PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 5
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 7
F. Definisi Konsep 13
   1. Implementasi Marketing 13
   2. Marketing Public Relations 14
   3. Customer Satisfaction 16
   4. Pendekatan Public Relations 17
   5. Konsumen 20
   6. Respon Konsumen 21
   7. Strategi Marketing 22
   8. Penerapan Strategi Public Relations 23
G. Kerangka Penelitian 24
H. Metode Penelitian 26
   1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian 26
   2. Subjek, Objek, Dan Lokasi Penelitian 27
   3. Jenis Dan Sumber Data 29
   4. Tahap-Tahap Penelitian 30
   5. Teknik Pengumpulan Data 31
   6. Teknik Analisis Data 32
   7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 33
I. Sistematika Penelitian 35

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II :KAJIAN TEORITIS TENTANG PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM DUNIA PEMASARAN

A. Kajian Pustaka 37
1. Marketing Dan Customer Satisfaction 37
2. Implementasi Marketing Dan Target Produksi 47
3. Public Relations Dan Pengembangan Nilai Perusahaan ... 56
4. Pendekatan Public Relations Dalam Mempersuasi Masyarakat 61
5. Strategi Marketing Dan Profit Perusahaan 63
6. Respon Konsumen Dan Kepercayaan Produk..... 66
7. Marketing Public Relations Dan Keinginan Merekomendasikan..... 69

B. Kajian Teori 74
Teori Manajemen Makna Terkoordinasi 74

BAB III :PAPARAN DATA TENTANG MARKETING PUBLIC RELATIONS JAMU SEHAT ALAMI SEBAGAI UPAYA PENCAPAIAN CUSTOMER SATISFACTION

A. Deskripsi Subjek Penelitian..... 80
1. Profil Jamu Sehat Alami..... 80
2. Public Relations Jamu Sehat Alami 86
3. Profil Koperasi Rumah Sakit Bhakti Husada 87
4. Profil Via Class Mini Market 88
5. Profil Hj. Siti Asiyah 89
6. Profil Bu Masduki 89
7. Profil Pak Supangat 90

B. Deskripsi Data Penelitian 91
1. Data Tentang Penerapan Public Relations Perusahaan Jamu Sehat Alami..... 91
2. Data Tentang Respon Konsumen Jamu Sehat Alami..... 92

BAB IV : ANALISIS DATA IMPLEMENTASI MARKETING PUBLIC RELATIONS PADA USAHA JAMU SEHAT ALAMI SEBAGAI UPAYA MENDAPATKAN CUSTOMER SATISFACTION

A. Temuan Hasil Penelitian
1. Hasil Penelitian Mengenai Penerapan Public Relations Pada Perusahaan Jamu Sehat Alam..... 99
a. Perusahaan Jamu Sehat Alami Menerapkan Program *Marketing Public Relations*..... 99
b. Program Promosi Loyalitas Sebagai Jurus Terjitu Memenangkan Hati Konsumen 102

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Media Sosial Menjadi Partner Sejati Dalam Kesempitan 103
2. Hasil Penelitian Mengenai Respon Konsumen Jamu Sehat Alami 104
a. Kemurnian Membangun Kepercayaan 104
b. Kualitas Menentukan Massa..... 105
c. Kedekatan Konsumen Dengan Produk Jamu Sehat Alami 109
d. Kesediaan Mereferensikan Jamu Sehat Alami 110
B. Konfirmasi Analisis Strategi Marketing Public Relations Dalam Mencapai Customer Satisfaction Dengan Teori Manajemen Makna Terkoordinasi..... 113

BAB V : PENUTUP
A. Kesimpulan..... 119
B. Rekomendasi 120

DAFTAR PUSTAKA 121

BIODATA PENULIS 124

LAMPIRAN..... 125

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id