

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, cinta kasih, serta bimbingan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya. Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Efektivitas Kampanye “Pesanlah Dari McDonald’s” Terhadap Citra Merek Burger King”** ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu pada Program Studi Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan, dukungan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Naniek Novijanti Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
2. Rambu Naha S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi.
3. Stella Stefany S.Sos., M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing Utama.
4. Azalia Gerungan B.Bus., M.Sc. dan Pinccany Georgiana Poluan, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing Kedua.
5. Ibu Sudalmi, selaku orang tua peneliti.
6. Seluruh pihak yang membantu penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Selanjutnya, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian Tugas Akhir ini. Maka dari itu, kritik dan saran dari pembaca akan

sangat bermanfaat bagi penulis. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 14 Juni 2021

Steafany Clara Makikama



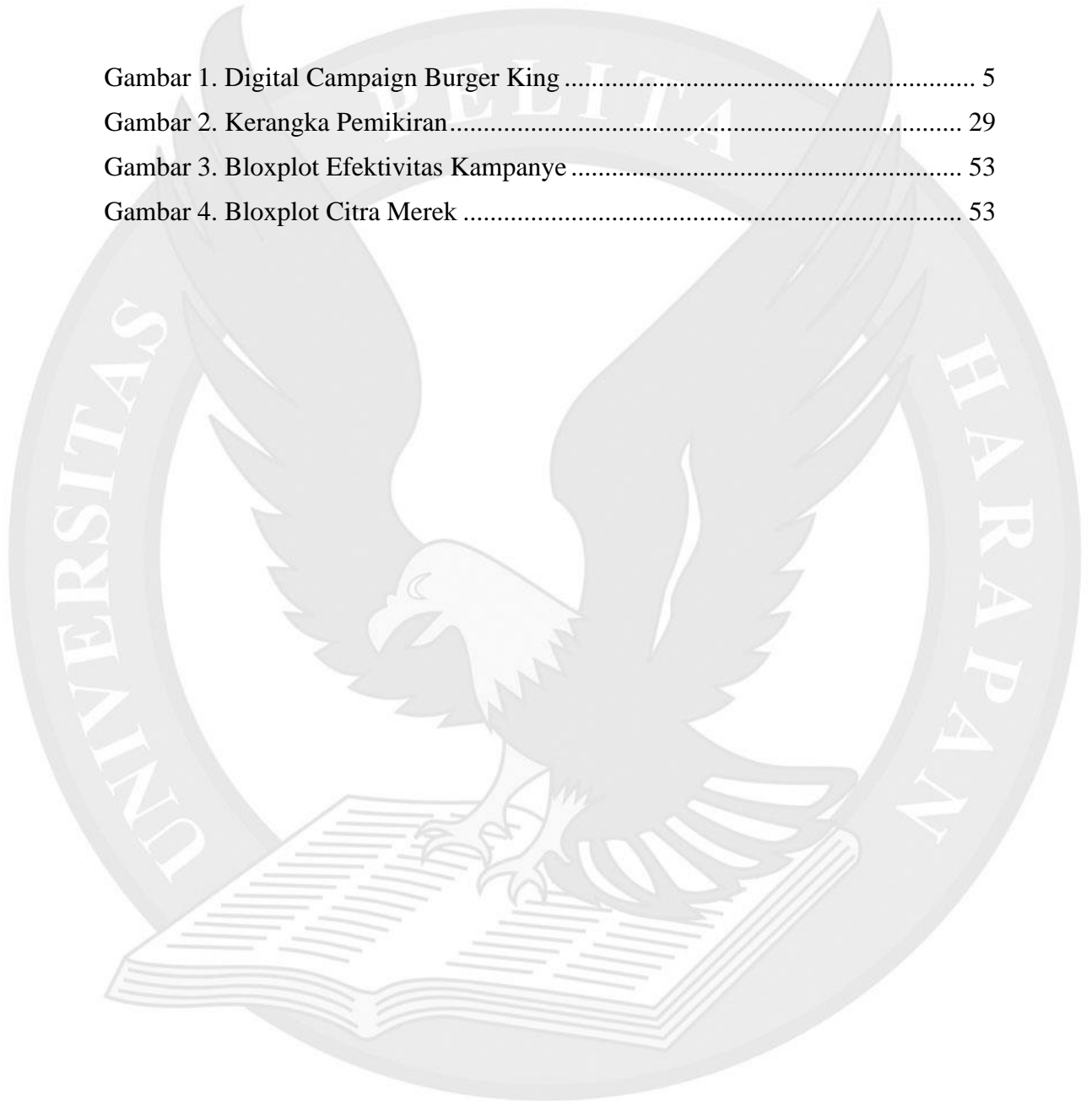
DAFTAR ISI

	halaman
Pernyataan dan Persetujuan Unggah Tugas Akhir	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Terminologi/Konsep Operasional	10
2.1.1 Public Relations.....	10
2.1.2 Marketing Public Relations (MPR).....	11
2.1.2.1 Peran Marketing Public Relations.....	14
2.1.2.2 Fungsi Marketing Public Relations	15
2.1.3 Kampanye.....	16
2.1.3.1 Jenis-Jenis Kampanye	17
2.1.4 Efektivitas Kampanye	18
2.1.5 Citra Merek	22
2.1.5.1 Indikator Citra Merek.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Teoritis	26

2.4	Kerangka Pemikiran.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Metode Penelitian.....	30
3.2	Teknik Penarikan Sampel.....	31
3.2.1	Populasi.....	31
3.2.2	Sampel.....	33
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel.....	34
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	35
3.4	Teknik Pengujian Instrumen	41
3.4.1	Uji Reliabilitas.....	41
3.4.2	Uji Validitas	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6	Teknik Analisa Data.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Profil Responden.....	47
4.1.2	Usia Responden.....	47
4.1.3	Hasil Survei Variabel Efektivitas Kampanye.....	48
4.1.3	Hasil Survei Variabel Citra Merek.....	50
4.1.4	Uji Normalitas	51
4.1.5	Uji Korelasi	54
4.1.6	Uji Regresi Linear	56
4.2	Pembahasan.....	57
Bab V KESIMPULAN DAN SARAN		62
5.1	Kesimpulan.....	62
5.2	Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA		65
LAMPIRAN		A-1
CURRICULUM VITAE		

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 1. Digital Campaign Burger King	5
Gambar 2. Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 3. Bloxplot Efektivitas Kampanye	53
Gambar 4. Bloxplot Citra Merek	53



DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 1. Instrumen Penelitian	37
Tabel 2. Uji Reliabilitas Variabel X.....	42
Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel Y.....	42
Tabel 4. Uji Validitas Variabel X	43
Tabel 5. Uji Validitas Variabel Y	44
Tabel 6. Profil Responden.....	47
Tabel 7. Usia Responden	48
Tabel 8. Hasil Survei Variabel (X) Efektivitas Kampanye.....	48
Tabel 9. Hasil Survei Variabel (Y) Citra Merek	50
Tabel 10. Uji Normalitas.....	52
Tabel 11. Uji Normalitas Setelah Bloxplot.....	54
Tabel 12. Uji Korelasi.....	55
Tabel 13. Uji Regresi Linear.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
LAMPIRAN A.....	A-1
LAMPIRAN B.....	B-1

