

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	2
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	7
BAB II	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Persepsi Konsumen.....	8
2.1.2 Citra Perusahaan	12
2.1.3 Krisis Public Relations	18
2.1.4 YouTube.....	20
2.1.5 Video Blog (Vlog)	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis Penelitian.....	42
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	42
BAB III.....	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.3 Populasi dan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data	45

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	46
3.5.1 Uji Validitas.....	46
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.6 Teknik Analisis Data.....	49
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.6.2 Uji Normalitas	50
3.6.3 Koefisien Determinasi (r^2)	50
3.6.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	51
3.6.6 Uji Hipotesis	51
BAB IV	52
4.1 Pengumpulan Data.....	52
4.2 Karakteristik Responden	53
4.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin	54
4.2.2 Karakteristik Usia.....	54
4.2.3 Karakteristik Pekerjaan.....	55
4.2.4 Karakteristik Penghasilan atau Uang Saku Perbulan	55
4.2.5 Karakteristik Kota atau Area Tinggal.....	56
4.3 Hasil Penelitian.....	58
4.3.1 Hasil Analisis Variabel X	58
4.3.2 Hasil Analisis Variabel Y	75
4.3.3 Uji Normalitas	86
4.3.4 Koefisien Determinasi.....	87
4.3.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	88
4.3.6 Uji Hipotesis	89
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	90
4.4.1 Persepsi Konsumen.....	90
4.4.2 Citra Perusahaan	94
4.4.3 Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Citra Perusahaan Garuda Indonesia Pasca Munculnya Vlog Milik Rius Vernandes.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	98
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	xiv