

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Penegasan Istilah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian .....	4
E. Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA FIKIR .....</b>	<b>7</b>
A. Kajian Teori .....	7
a. Perencanaan Komunikasi .....	7
b. Humas .....	17
c. Perencanaan Komunikasi Humas.....	20
d. Kepuasan Pelanggan .....	21
B. Kajian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Pikir .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	28
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Sumber Data.....	28
D. Informan Penelitian.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Validitas Data.....	31
G. Teknis Analisis Data .....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>33</b>

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Tentang Agung Toyota .....	33
B. Sejarah Agung Toyota.....	33
C. Visi, Misi dan Moto Agung Toyota .....	34
D. Corporate Values.....	35
E. Produk .....	35
F. Layanan .....	36
G. Media Center .....	39
H. Struktur Organisasi .....	40
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Hasil Penelitian .....	41
B. Pembahasan .....	50
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan .....	60
B. Saran.....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>63</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>