

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Lembar Pernyataan Keaslian Tesis.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstrak.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
Bab I Pendahuluan.....	1
a. Latar Belakang Masalah.....	1
b. Rumusan Masalah.....	8
c. Tujuan Penelitian.....	8
d. Manfaat Penelitian.....	8
e. Tinjauan Pustaka.....	9
f. Kerangka Pemikiran.....	14
g. Kerangka Konsep.....	20
h. Metodologi.....	22
1. Jenis Penelitian.....	22
2. Obyek, Lokasi, dan Informan Penelitian.....	23
3. Metode Penelitian.....	25
4. Teknik Pengumpulan Data.....	26
5. Teknik Pengolahan Data.....	26
6. Teknik Analisis Data.....	26
7. Validitas Data.....	27
8. Limitasi Penelitian.....	27
i. Sistematika Pembagian Bab.....	27
Bab II Landasan Teori.....	30
a. Keterkaitan antara <i>Marketing</i> dengan <i>Public Relations</i>	30
b. <i>Marketing Public Relations</i>	33
1. Munculnya <i>Marketing Public Relations</i>	33
2. Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	37
3. Faktor Kepercayaan dalam <i>Marketing Public Relations</i>	47
c. Membangun Kepercayaan Konsumen Melalui <i>Marketing Public Relations</i>	48
d. Kedudukan <i>Marketing Public Relations</i> pada Era <i>Marketing</i> Saat ini.....	53
Bab III Indodax.com, <i>Crypto Assets Marketplace</i> di Indonesia.....	56
Bab IV Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Indodax.com dalam Membangun Kepercayaan Konsumen.....	70
a. Hasil Penelitian dan Analisis.....	71
1. <i>Marketing Public Relations</i> Indodax.com “ <i>Adds Value</i> ”.....	71
2. “ <i>Three Ways</i> ” Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Indodax.com.....	79

a) <i>Push Strategy</i>	79
b) <i>Pull Strategy</i>	108
c) <i>Pass Strategy</i>	131
b. Pembahasan.....	136
1. Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Indodax.com dalam Membangun Kepercayaan Konsumen.....	136
2. Kedudukan Strategi <i>Marketing Public Relations</i> Indodax.com pada Era <i>Marketing</i> Saat Ini.....	149
Bab V Penutup.....	156
a. Kesimpulan.....	156
b. Saran.....	161
Daftar Pustaka	