

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Lembar Pengesahan	i
Lembar Pernyataan Orisinalitas	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak	vi
Abstract	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Bagan	xi
Daftar Tabel	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Tahapan Penelitian	7
1.7 Jadwal Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Tinjauan Pustaka	19
2.2.1 Komunikasi	19
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	20
2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Metode Penelitian	30
3.2 Paradigma Penelitian	29
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	32
3.3.1 Subjek Penelitian.....	32

3.3.2 Objek Penelitian	33
3.4 Definisi Konsep	33
3.5 Unit Analisis	33
3.6 Informan Penelitian	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7.1 Observasi	35
3.7.2 Wawancara	36
3.7.3 Dokumentasi	37
3.8 Sumber Data	37
3.9 Uji Keabsahan Data	37
3.10 Teknik Analisis Data	38
3.10.1 Triangulasi	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Identitas Informan	40
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Segmenting, Targeting, Positioning	44
4.2.2 Product, Price, Place, Promotion	45
4.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	48
4.2.3.1 <i>Advertising</i>	48
4.2.3.2 <i>Direct Marketing</i>	53
4.2.3.3 <i>Interactive/ Internet Marketing</i>	57
4.2.3.4 <i>Sales Promotion</i>	47
4.2.3.5 <i>Publicity/ public relations</i>	64
4.2.3.6 <i>Personal Selling</i>	70
4.3 Pembahasan	73
4.3.1 <i>Advertising</i>	73
4.3.2 <i>Direct Marketing</i>	75
4.3.3 <i>Interactive/ Internet Marketing</i>	77
4.3.4 <i>Sales Promotion</i>	78
4.3.5 <i>Publicity/ Public Relation</i>	79
4.3.6 <i>Personal Selling</i>	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83

5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran	84
5.2.1 Bagi Perusahaan	84
5.2.2 Bagi Konsumen	85
5.2.4 Bagi Peneliti Selanjutnya	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	91