

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
1.7 Waktu Penelitian	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori	15
2.1.1 Komunikasi	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu	18
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.2.1 Skripsi	29
2.2.2 Jurnal Nasional.....	33
2.2.3 Jurnal Internasional.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran	41
 BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	 42
3.1 Paradigma Penelitian.....	42
3.2 Objek dan Subjek Penelitian	43
3.2.1 Objek Penelitian.....	43
3.2.2 Subjek Penelitian	43
3.3 Lokasi Penelitian	44
3.4 Unit Analisis.....	44
3.5 Informan Penelitian	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data Primer.....	47
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder.....	49
3.7 Teknik Analisis Data	50
3.7.1 Reduksi Data	50

3.7.2 Penyajian Data	50
3.7.3 Penarikan Kesimpulan	51
3.8 Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Karakteristik Informan	53
4.2 Hasil Penelitian	54
4.2.1 Periklanan	55
4.2.2 Pemasaran Langsung	57
4.2.3 Pemasaran Interaktif	61
4.2.4 Promosi Penjualan	63
4.2.5 Hubungan Masyarakat	67
4.2.6 Penjualan Personal	73
4.3 Pembahasan	74
4.3.1 Periklanan	75
4.3.2 Pemasaran Langsung	77
4.3.3 Pemasaran Interaktif	78
4.3.4 Promosi Penjualan	80
4.3.5 Hubungan Masyarakat	82
4.3.6 Penjualan Personal	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1 Kesimpulan.....	86
5.1 Saran.....	87

5.2.1 Saran Akademik.....	87
5.2.2 Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	95