

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
1.6 Sistematika Penelitian.....	8
1.7 Waktu Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Teori	11
2.1.1 Teori Komunikas.....	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	12
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	13

2.2 Penelitian Terdahulu.....17

2.3 Kerangka Pemikiran	29
BAB III	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	32
3.3.1 Subjek Penelitian.....	32
3.3.2 Objek Penelitian	32
3.4 Lokasi Penelitian	32
3.5 Unit Analisis	33
3.6 Informan Penelitian	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7.1 Data Primer	35
3.7.2 Data Sekunder	36
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	37
3.9 Teknik Analisis Data	37
BAB IV	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Karakteristik Informan	39
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Periklanan.....	40
4.2.2 Pemasaran Langsung.....	43
4.2.3 Pemasaran Interaktif.....	46
4.2.4 Promosi Penjualan.....	49
4.2.5 Hubungan Masyarakat.....	52
4.2.6 Penjualan Personal	56
4.3 Pembahasan	58

4.3.1 Periklanan.....	58
4.3.2 Pemasaran Langsung.....	60
4.3.3 Pemasaran Interaktif.....	61
4.3.4 Promosi Penjualan.....	62
4.3.5 Hubungan Masyarakat.....	63
4.3.6 Penjualan Personal	64
BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Akademik	67
5.2.2 Saran Praktis.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70