

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.6 Waktu dan Periode Pelaksanaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	8
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	8
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	9
2.1.4 Konsep Direct Marketing	20
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	40

3.4	Lokasi Penelitian	40
3.5	Unit Analisis Penelitian.....	41
3.6	Informan	42
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.8	Teknik Analisis Data	46
3.9	Teknik Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Profil PT Telkom Indonesia, Tbk Datel Brebes	49
4.2	Karakteristik Informan	55
4.3	Hasil Penelitian Mengenai Implementasi Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Pada PT Telkom Indonesia, Tbk Datel Brebes (Telkom Brebes).....	57
4.3.1	Perencanaan Kegiatan Pemasaran Langsung Telkom Datel Brebes.....	58
4.3.2	Pelaksanaan Kegiatan Pemasaran Langsung Telkom Datel Brebes	72
4.3.3	Evaluasi Kegiatan Pemasaran Langsung Telkom Datel Brebes	101
4.4	Pembahasan	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		128
5.1	Kesimpulan	128
5.2	Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....		131
LAMPIRAN.....		135