

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iiiv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iiix
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Penelitian	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.3.1 Fokus Penelitian.....	5
1.3.2 Rumusan Masalah.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Praktis	5
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	5
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian	7
BAB II.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.1.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu	9
2.2 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III	18
3.1 Metode Penelitian	18
3.1.1 Paradigma Penelitian	18
3.1.2 Metode Penelitian	21
3.1.3 Subjek dan Objek Penelitian	21

3.1.4	Unit Analisis Data.....	21
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	21
3.2.1	Data Primer	21
3.2.2	Data Sekunder	23
3.3	Metode Analisis dan Penjagaan Keabsahan Data	23
3.3.1	Metode Analisis Data.....	23
3.3.2	Teknik Keabsahan Data	25
BAB IV	26
4.1	Hasil Penelitian	26
4.2	Pembahasan.....	28
4.2.1	Iklan (<i>Advertising</i>)	28
4.2.2	<i>Sales Promotion</i>	30
4.2.3	<i>Event & Experience</i>	33
4.2.4	Hubungan Masyarakat & Publisitas.....	35
4.2.5	<i>Direct Marketing</i>	41
4.2.6	<i>Interactive Marketing</i>	42
4.2.7	<i>Words-of-Mouth</i>	44
4.2.8	<i>Personal Selling</i>	45
BAB V	49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51