

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	16
1.5 Kegunaan Penelitian.....	16
1.5.1 Aspek Teoritis .....	16
1.5.2 Aspek Praktis.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>11</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	18
2.1.1 Strategi dan Pemasaran .....	19
2.1.2 Pemasaran.....	20
2.1.3 Pengertian Jasa .....	21
2.1.4 Karakteristik Jasa .....	21
2.1.5 Bauran Pemasaran Jasa .....	22
2.1.6 Iklan.....	33
2.1.7 Kelebihan dan Kekurangan Iklan Televisi .....	34
2.1.8 Pengiklan .....	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Kerangka Pemikiran .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	49
3.2 Variabel Operasional .....	50
3.3 Tahapan Penelitian .....	51
3.4 Populasi dan Sampel.....	53
3.5 Pengumpulan Data.....	54

3.5.1 Data Primer.....	55
3.5.2 Data Sekunder .....	56
3.6 Uji Validitas dan Realibitas.....	56
3.6.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	56
3.6.2 Triangulasi Data .....	58
3.7 Teknik Analisis Data .....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	63
4.2 Pembahasan Penelitian .....	64
4.2.1 Produk (Product).....	62
4.2.2 Tempat (Place).....	70
4.2.3 Harga (Price) .....	72
4.2.4 Promosi (Promotion).....	73
4.2.5 Partisipan (People).....	75
4.2.6 Proses (Process).....	77
4.2.7 Bukti Fisik (Physical Evidence).....	79
4.3 Hasil Observasi disertai Dokumentasi Foto.....	80
4.4 Uji Validitas.....	86
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>87</b>
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran .....	88
5.2.1 Saran bagi Perusahaan.....	88
5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya .....	89
Daftar Pustaka.....	90
Lampiran.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo NET.TV.....	1
Gambar 2.1 Konsep Pemasaran.....	20
Gambar 2.2 Siklus Pembuatan Iklan .....	32
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian .....	52
Gambar 3.2 Model Teknik Analisis Data Miles dan Huberman .....	60
Gambar 4.1 Foto Peneliti Bersama Supervisor Marketing Services NET. TV ..	80
Gambar 4.2 Foto Peneliti Bersama Sales Group Head NET. TV .....	81
Gambar 4.3 Foto Peneliti Bersama Account Executive NET. TV .....	81
Gambar 4.4 Foto Peneliti Bersama Manager CLM, PT INDOSAT TBK.....	82
Gambar 4.5 Foto Peneliti Bersama Public Relation Lazada.....	82
Gambar 4.6 Foto Pertemuan antara Pihak NET TV dan Klien.....	83
Gambar 4.7 Tempat Pertemuan Pihak NET. TV dengan Klien.....	83
Gambar 4.8 Tempat Pertemuan Pihak NET TV dengan Klien.....	84
Gambar 4.9 Mobil Operasional.....	84
Gambar 4.10 ID Card Karyawan .....	85
Gambar 4.11 Ruangan Kantor Divisi Sales and Marketing NET TV.....	86
Gambar 4.12 Ruangan Kantor Divisi Sales and Marketing NET TV.....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Perusahaan .....	4
Tabel 1.2 Rating dan Share bulan Januari .....	10
Tabel 1.3 Rating dan Share bulan Februari .....	10
Tabel 1.4 Rating dan Share bulan Maret .....	11
Tabel 1.5 Rating dan Share bulan April .....	12
Tabel 1.6 Data Belanja Iklan .....	14
Tabel 1.7 Data ADEX Tahun 2014.....	15
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2 Narasumber dari pihak PT. Net Mediatama Indonesia.....	53
Tabel 3.3 Narasumber dari Pihak Pengiklan.....	54
Tabel 3.4 Pengujian Keabsahan Data Kualitatif .....	57
Tabel 4.1 Kode Narasumber .....	63
Tabel 4.2 Produk Penyiaran NET TV .....	65