

DAFTAR ISI	i
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	6
1.5.1 Lokasi Penelitian	6
1.5.2 Waktu Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Teori	18
2.2.1 Pengertian Marketing Communication	18
2.3 Pengertian Promosi	19
2.4 Bauran Promosi	19
2.5 Personal <i>Vaporizer</i>	20
2.6 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Paradigma Penelitian	23
3.2 Metode Penelitian	24
3.3 Subjek / Objek Penelitian	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5 Jenis dan Sumber Data	25

3.6	Karakteristik Informan.....	25
3.7	Unit Analisis.....	26
3.8	Teknik Keabsahan Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		28
4.1	Karakteristik Informan.....	28
4.2	Hasil Penelitian.....	29
4.3	Pembahasan.....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		40
5.1	Kesimpulan	40
5.2	Saran	40
DAFTAR PUSTAKA		41