

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	7
1.3 Rumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Kegunaan Penelitian .....	8
1.6 Waktu dan Periode Penelitian .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Rangkuman Teori .....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	14
2.1.3 Komunikasi Pemasaran Melalui Pameran .....	17
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Melalui Media Massa .....	19
2.1.5 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	22
2.3 Kerangka Penelitian .....	33

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.2	Paradigma Penelitian .....	34
3.2	Subjek dan Objek penelitian .....	35
3.2.1	Subjek Penelitian .....	35
3.2.2	Objek Penelitian .....	35
3.3	Lokasi Penelitian .....	36
3.4	Unit Analisis Penelitian .....	36
3.5	Informan Kunci .....	37
3.6	Pengumpulan Data Penelitian .....	39
3.7	Teknik Analisis Data.....	40
3.8	Teknik Keabsahan Data .....	41

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Karakteristik Informan .....	42
4.2	Hasil Penelitian .....	46
a.	Penerapan komunikasi pemasaran .....	46
	Menganalisis audiens sasaran.....	46
	Menetapkan tujuan komunikasi .....	48
	Merancang pesan.....	52
	Memilih media .....	53
	Menyeleksi sumber pesan .....	56
	Mengumpulkan Umpan Balik .....	57
b.	Penerapan bauran pemasaran.....	59
	Periklanan.....	59
	Promosi Penjualan.....	60
	Hubungan Masyarakat.....	61
	Penjualan personal.....	62
c.	Pengendalian dan evaluasi .....	64
	Mengukur hasil.....	64
	Mengevaluasi hasil.....	65
	Mengambil tindak koreksi.....	67

4.3	Pembahasan.....	68
a.	Penerapan Komunikasi Pemasaran .....	68
	Mengetahui Audiens Sasaran .....	68
	Menetapkan Tujuan Komunikasi .....	71
	Merancang Pesan .....	72
	Memilih Media.....	73
	Menyeleksi Sumber Pesan .....	75
	Mengumpulkan Umpan Balik .....	78
b.	Penerapan Bauran Pemasaran .....	80
	Periklanan .....	80
	Promosi Penjualan.....	82
	Hubungan Masyarakat .....	83
	Penjualan personal .....	85
c.	Pengendalian dan Evaluasi.....	87
	Mengukur Hasil .....	87
	Mengevaluasi Hasil.....	89
	Mengambil Tindak Koreksi .....	90

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan .....	92
5.2	Saran .....	93
5.2.1	Saran Teoritis .....	93
5.2.2	Saran Praktis .....	93

<b>Daftar Pustaka:</b> .....	<b>94</b>
------------------------------	-----------

<b>Lampiran</b> .....	<b>98</b>
-----------------------	-----------