

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Fokus Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Aspek Teoritis	10
1.5.2 Aspek Praktis	10
1.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	10
1.6.1 Lokasi dan Objek Penelitian	10
1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian	10
BAB 2	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.2 Komunikasi	12
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Berfikir	27
BAB III	28
METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Paradigma Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian	30
3.3 Subyek dan Obyek Penelitian	33

3.3.1	Subyek Penelitian.....	33
3.3.2	Obyek Penelitian	34
3.3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	34
3.4	Unit Analisis	34
3.5	Key Informan.....	36
3.6	Pengumpulan Data	37
3.6.1	Observasi.....	37
3.6.2	Wawancara.....	38
3.6.3	Dokumentasi	38
3.7	Teknik Keabsahan Data	39
3.8	Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Karakteristik Informan.....	46
4.1.1	Informan Kunci	46
4.1.2	Informan Pendukung.....	47
4.2	Hasil Penelitian	48
4.3	Implementasi Bauran Komunikasi Pemasaran.....	55
4.3.1	Advertising.....	56
4.3.2	Sales Promotion	57
4.3.3	Events.....	58
4.3.4	Public Relation	59
4.3.5	Direct Marketing	60
4.3.6	Interactive Marketing	61
4.3.7	Word-of-Mouth Marketing	62
4.3.8	Personal Selling.....	63
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.4.1	Advertising.....	65
4.4.2	Sales Promotion	66
4.4.3	Events.....	67
4.4.4	Public Relation	68
4.4.5	Direct Marketing	69
4.4.6	Interactive Marketing	69

4.4.7	Word-of-Mouth Marketing	70
4.4.8	Personal Selling.....	71
BAB V		73
KESIMPULAN DAN SARAN.....		73
5.1	Kesimpulan	73
5.2	Saran	73
5.2.1.1	Saran Teoritis	73
5.2.1.2	Saran Praktisi	74
DAFTAR PUSTAKA		75
Lampiran.....		79