

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK .....	V
ABSTRACT .....	VI
DAFTAR ISI .....	VII
DAFTAR TABEL .....	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN .....	X
BAB I PENDAHULUAN .....	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.1 Fokus Penelitian.....	114
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Komunikasi.....	15
2.1.2 Pemasaran.....	20
2.1.3 Komunikasi Pemasaran .....	24
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	29
2.1.5 Corona Virus Disease 2019 .....	34
2.1.6 Usaha Kecil Menengah dan Mikro (UMKM).....	36
2.3 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III METODE PENELITIAN .....	48
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	48
3.2.1 Objek Penelitian.....	48
3.3 Lokasi Penelitian .....	49
3.5 Informan Penelitian .....	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.7 Teknik Validasi Data .....	52
3.8 Teknik Analisis Data .....	53
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN .....	55
4.1 Karakteristik Informan dan Profil Informan.....	55
4.1.2 Profil Informan .....	55
4.1.2.2 Informan Ahli.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Tools Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	56
4.3 Pembahasan .....	64
4.3.1 Advertising .....	64
4.3.2 Sale Promotion.....	65
4.3.3 Event and Experience .....	66
4.3.4 Public Relation & Publicity.....	67
4.3.5 Direct Marketing and Database .....	68
4.3.6 Online and Sales Marketing.....	69
4.3.7 Mobile Marketing .....	70
4.3.8 Personal Selling.....	70
4.3.9 Model Analisis Gabungan .....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1. Simpulan.....	73
5.2 Saran .....	73