

Nama	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Devina Rezi (Universitas Telkom, 2015)	Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Dahlia Bandung	Deskriptif kualitatif	Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran Radio Dahlia Bandung.	Hasil penelitian menjelaskan tentang 7P elemen bauran pemasaran khususnya untuk radio, yaitu: produk, harga, tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik.	Menggunakan konsep 7P elemen bauran pemasaran. Tujuan penelitiannya pun berbeda.
Rizki Amaliah (Universitas Hasanuddin, 2013)	Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Fajar FM Makassar Dalam	Deskriptif kualitatif	(1) Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh radio Fajar FM Makassar	Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya radio Fajar FM Makassar dalam meningkatkan jumlah pengiklan melalui <i>advertising, personal selling, sales promotion, direct selling,</i>	Menggunakan konsep AIDDA dalam sistem <i>marketing</i> . Tujuan penelitiannya pun berbeda.

	<p>Meningkatkan Jumlah Pengiklan</p>		<p>dalam peningkatan jumlah pengiklan; (2) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi strategi komunikasi pemasaran pada radio Fajar FM Makassar dalam peningkatan jumlah pengiklan.</p>	<p><i>publicity</i> dan <i>public relation</i> dengan menggunakan konsep AIDDA dalam sistem <i>marketing</i>.</p>	
--	--	--	--	---	--

**Tabel 2.1 Matriks *Review* Penelitian**