

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PERSETUJUAN</i>	<i>i</i>
<i>SURAT PERNYATAAN</i>	<i>ii</i>
<i>ABSTRAK</i>	<i>iii</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>iv</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>v</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>x</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>xi</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>xii</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian	7
12.1 Fokus Penelitian.....	7
12.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	9
1.3.2.2 Kegunaan Praktis	9
<i>BAB II</i>	<i>10</i>
<i>KAJIAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN</i>	<i>10</i>
2.1 Kajian Literatur.....	10
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	10
2.2 Kerangka Konseptual	16
2.2.1 Strategi.....	16
2.2.1.1 Pengertian Strategi	16
2.2.1.2 Tahapan Strategi.....	17
2.2.2 Komunikasi.....	21
2.2.2.1 Pengertian Komunikasi	21
2.2.2.2 Tujuan Komunikasi.....	23
2.2.2.3 Unsur-unsur Komunikasi	24
2.2.2.4 Fungsi Komunikasi	25
2.2.2.5 Bentuk-Bentuk Komunikasi.....	26
2.2.2.6 Proses Komunikasi.....	28
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	29
2.2.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	29
2.2.3.2 Jenis – Jenis Komunikasi Pemasaran	30

2.2.3.3	Strategi Komunikasi Pemasaran	32
2.2.3.4	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	36
2.2.4	Tabungan Emas.....	38
2.2.4.1	Pengertian Tabungan Emas	38
2.2.4.2	Manfaat Tabungan Emas	40
2.2.5	Kerangka Teoritis.....	42
2.3	\$Kerangka Pemikiran	48
<i>BAB III</i>		<i>50</i>
<i>SUBJEK, OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</i>		<i>50</i>
3.1	Subjek, Objek dan Metodologi.....	50
3.1.1	Subjek Penelitian	50
3.1.2	Objek Penelitian.....	56
3.1.2.1	Profil PT Pegadaian	56
3.1.2.2	Budaya Perusahaan	57
3.1.2.3	Struktur Organisasi Perusahaan	57
3.1.3	Metodologi Penelitian.....	58
3.1.3.1	Desain/Paradigma Penelitian	59
3.1.3.2	Prosedur Pengumpulan Data.....	61
3.1.3.3	Rancangan Analisis Data	64
3.1.3.4	Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian	66
3.1.4	Membuka Akses dan Menjalin Hubungan dengan Subjek Penelitian.....	67
3.1.5	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	68
3.1.5.1	Lokasi Penelitian.....	68
3.1.5.2	Jadwal Penelitian	68
<i>BAB IV</i>		<i>69</i>
<i>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</i>		<i>69</i>
4.1	Hasil Penelitian.....	69
4.1.1	<i>Analisis Hasil Penelitian Mengenai Segmentation</i>	<i>70</i>
4.1.2	<i>Analisis Hasil Penelitian Mengenai Targeting</i>	<i>73</i>
4.1.3	<i>Analisis Hasil Penelitian Mengenai Objectives</i>	<i>76</i>
4.1.4	<i>Analisis Hasil Penelitian Mengenai Positioning.....</i>	<i>79</i>
4.1.5	<i>Analisis Hasil Penelitian Mengenai Sequence of Tools</i>	<i>82</i>
4.1.6	<i>Analisis Hasil Penelitian Mengenai Integration of Tools</i>	<i>85</i>
4.1.7	<i>Analisis Hasil Penelitian Mengenai Tools.....</i>	<i>88</i>
4.2	Pembahasan Penelitian	90
<i>BAB V.....</i>		<i>95</i>
<i>KESIMPULAN DAN SARAN.....</i>		<i>95</i>
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran.....	96
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>		<i>98</i>