

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
RINGKESAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1.4.1 Tujuan Penelitian.....	11
1.4.2 Kegunaan Penelitian	11
1.4.3 Kegunaan Teoritis	12
1.4.4 Kegunaan Praktis	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Kajian Literatural.....	14
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	14
2.2 Kerangka Koneseptual	22
2.2.1 Komunikasi.....	22
2.2.1.2 Fungsi Komunikasi	24
2.2.1.3 Tujuan Komunikasi	26
2.2.1.4 Tipe Komunikasi.....	27
2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	28
2.2.2.2 Proses Komunikasi Pemasaran	30
2.2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	31
2.2.2.4 Bentuk Komunikasi Pemasaran	33
2.2.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran	34
2.2.3 Strategi Komunikasi.....	36
2.2.3.2 Fungsi Strategi Komunikasi.....	38
2.2.3.3 Tujuan Strategi Komunikasi.....	39
2.3 Kerangka Teoritis	40
2.3.1 Integrated Marketing Communication (IMC).....	40
2.3.1.2 Komponen Strategi Integrated Marketing Communication (IMC).....	43
2.4 Kerangka Pemikiran	49
BAB III.....	54
3.1 Subjek Penelitian.....	54

3.2 Objek Penelitian	54
3.3 Metodologi Penelitian	58
3.3.1 Desain /Paradigma Penelitian	59
3.3.2 Prosedur Pengumpulan Data	60
3.3.3 Rancangan Analisis Data	62
3.3.4 Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian.....	64
3.4 Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan dengan Subjek Penelitian	66
3.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	67
3.5.1 Lokasi Penelitian.....	67
3.5.2 Jadwal Penelitian	67
BAB IV	68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian	68
4.1.1 Hasil Penelitian Mengenai <i>Sales Promotion</i>	68
4.1.2 Hasil Penelitian Mengenai Advertising	79
4.1.3 Hasil Penelitian Mengenai <i>Personal Selling</i>	90
4.1.4 Hasil Penelitian Mengenai Public Relation	99
4.1.5 Hasil Penelitian Mengenai <i>Event Sponsorship</i>	107
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	115
4.2.1 Pembahasan Strategi Mengenai Sales Promotion	116
4.2.2 Pembahasan Strategi Mengenai Advertising	120
4.2.3 Pembahasan Strategi Mengenai Personal Selling.....	124
4.2.4 Pembahasan Strategi Mengenai <i>Public Relation</i>	125
4.2.5 Pembahasan Strategi Mengenai Event Sponsorship.....	127
BAB V.....	121
SIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Simpulan	121
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	124