

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	i
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	iv
<b>DAFTAR ISI.....</b>	vi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	ix
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	x
<b>ABSTRAK .....</b>	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Akademis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	8
2.1 Penelitian Sebelumnya ( <i>State of The Art</i> ) .....	8
2.2 Landasan Konseptual .....	16
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	16
2.2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	17
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	18
2.2.4 Segmentasi.....	20
2.2.5 Target (Targeting).....	33
2.2.6 Posisi (Positioning) .....	35
2.2.7 Lembaga Kursus .....	40
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	41
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Metode Penelitian .....	42
3.3 Subjek Penelitian .....	43
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.5.1 Data Primer.....	46
3.5.2 Data Sekunder .....	46
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	48
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM UIG ENGLISH.....</b>	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1 Sejarah UIG English.....	50
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	52
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	53
4.1.4 Program- Program Kursus UIG English.....	56

4.2. Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Segmenting (Segmentasi Pasar).....	57
4.2.2 Targeting (Target Pasar).....	64
4.2.3 Positioning (Posisi Pasar).....	67
4.3 Pembahasan .....	72
4.3.1 Segmentasi.....	72
4.3.2 Target .....	74
4.3.3 Positioning.....	76
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
5.1 Simpulan .....	81
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademis .....	82
5.2.2 Saran Praktis .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>

