

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Komunikasi Dalam Pemasaran	14
2.3 Bauran Pemasaran	17
2.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	29
2.5 Brand Awareness.....	32
2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu	35

2.7	Proses Pengembangan Strategi Komunikasi Pemasaran.....	37
2.8	Marketing Communication Tools	42
2.8.1	Advertising	42
2.8.2	Sales Promotion.....	43
2.8.3	Public Relations & Publicity	44
2.8.4	Direct Marketing	45
2.8.5	Interactive Marketing	46
2.8.6	Word Of Mouth Marketing	48
2.8.7	Personal Selling.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		51
3.1	Paradigma Penelitian.....	51
3.2	Tipe Penelitian.....	52
3.3	Metodologi Penelitian	52
3.4	Subjek Penelitian.....	53
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.6	Teknik Analisis Data.....	55
3.7	Teknik Keabsahan Data	56
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....		58
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2	Gambaran Pekerjaan/Jobdesk	59
4.3	Hasil Penelitian	60
4.4	Pembahasan.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

