

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.4.3 Manfaat Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 Strategi Pemasaran	16
2.2.3 Produk Jasa.....	20
2.2.4 Media TV	25
2.2.5 Promosi (<i>Promotion</i>).....	26
2.2.6 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	31
2.2.7 Harga (<i>Price</i>).....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Subjek Penelitian.....	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2 Hasil Penelitian	49
4.3 Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	83

