

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis.....	15
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.2.2 Promosi	17
2.2.3 Strategi Promosi.....	21
2.2.4 Iklan	24
2.2.5 Loyalitas.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	35
3.2 Metode Penelitian.....	37
3.3 Subyek Penelitian	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder.....	41
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42

BAB IV45 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1	Sejarah PT Pertamina (Persero).....	45
4.1.2	Penerapan Tata Nilai 6C.....	47
4.1.3	Pemasaran dan Niaga Pertamina.....	48
4.1.4	Program Loyalitas Pertamina.....	49
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Perencanaan Promosi My Pertamina	57
4.2.2	Analisa SWOT My Pertamina	59
4.2.3	Bauran Promosi My Pertamina.....	62
4.3	Hambatan.....	71
4.4	Pembahasan	74
4.4.1	Tahapan Strategi Promosi	74
4.4.2	Menerapkan <i>Promotion Mix</i> (Bauran Promosi).....	78
4.4.3	Strategi Promosi.....	79

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran	81
5.2.1	Saran Akademis	81
5.2.2	Saran Praktis	82

DAFTAR PUSTAKA	83
----------------------	----

LAMPIRAN.....	86
---------------	----