

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR TANDA LULUS

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
KATA PEGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.3 Bauran Promosi.....	21
2.3.1 Tujuan Promosi	23

2.4 Event.....	26
2.4.1 Event Dalam Komunikasi Pemasaran	28
2.4.2 Jenis- Jenis Event Marketing.....	29
2.4.3 Proses Event	31
2.4.4 Peran dan Fungsi Event.....	32
2.4.5 Keunggulan dan Kelemahan dari Event Marketing	33
2.5 Perilaku Konsumen	34
2.6 Loyalitas Pelanggan	37
2.6.1 Pengertian Loyalitas	37
2.6.2 Pengertian Pelanggan	39
2.6.3 Karakteristik Pelanggan Loyal	39
2.6.4 Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	44
3.1 Paradigma Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	45
3.3 Subyek Penelitian	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Data Primer	48
3.4.2 Data Sekunder	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	49

3.6 Teknik Pengukuran Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.1.1 Profil PT. Gilang Agung Persada	52
4.1.2 Logo atau Identitas PT. Gilang Agung Persada	53
4.1.3 Visi dan Misi PT. Gilang Agung Persada	54
4.1.3.1 Visi	54
4.1.3.2 Misi.....	54
4.1.3.3 Group PT. Gilang Agung Persada.....	54
4.1.3.4 Ragam & Produk La Senza	55
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Riset Analisis SWOT	57
4.2.2 Design Event	61
4.2.3 Planning Event	62
4.2.4 Pelaksanaan (Koordinasi Event)	65
4.2.5 Pencapaian dan Evaluasi Event.....	66
4.3 Pembahasan.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA