

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Masyarakat/Umum	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2 Strategi Pemasaran	18
2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	22
2.2.4 Produk Jasa	23
2.2.5 Media	26
2.2.6 Program Acara Televisi dan Strategi	28
2.2.7 <i>Rating</i> dan <i>Share</i>	31
2.2.8 Promosi	34
2.2.9 Promosi Penjualan	39

2.2.10 Harga	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Paradigma Penelitian	45
3.2 Metode Penelitian	46
3.3 Subjek Penelitian	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Data Primer	50
3.4.2 Data Sekunder	50
3.5 Teknik Analisis Data	51
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2 Hasil Penelitian	63
4.2.1 Analisa Faktor Kunci “Brownis”	64
4.2.2 <i>Marketing Mix</i>	68
4.2.3 Strategi Tim Produksi Brownis	76
4.2.4 Strategi Tim <i>Sales dan Marketing</i> Brownis	80
4.3 Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	101
CURICULUM VITAE	145