

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	15
1.2 Fokus Penelitian	20
1.3 Tujuan Penelitian.....	20
1.4 Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1 Manfaat Akademis.....	20
1.4.2 Manfaat Praktis.....	21
1.4.3 Manfaat Sosial	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Kajian Teoritis	30
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	30
2.2.2 Bauran Pemasaran Jasa	32
2.2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	36
2.2.3.1 Perencanaan.....	37
2.2.3.2 Implementasi	42
2.2.3.3 Kendali Pemasaran.....	43
2.2.4 Komunikasi Pemasaran B2B (Business To Business).....	44
2.2.5 Elemen-elemen Promosi B2B (Business To Business)	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
3.1 Paradigma Penelitian	52
3.2 Metode Penelitian	52
3.3 Subjek Penelitian	54
3.4 Teknik Pengumpulan Data	55
3.4.1 Primer	55
3.4.2 Sekunder	56
3.5 Teknik Analisis Data	56
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	59
4.1.1 Negara Filipina.....	59
4.1.2 Philippines Department of Tourism.....	60
4.1.3 PT Intrareps sebagai Philippines Department Of Tourism Indonesia.....	62

4.1.4	Struktur Organisasi PDOT Indonesia	65
4.1.5	Tugas dan Wewenang	66
4.2	Hasil Penelitian	68
4.2.1	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	68
4.2.2	Implementasi Komunikasi Pemasaran	83
4.2.3	Kendali pemasaran	94
4.3	Pembahasan	94
4.3.1	Perencanaan Komunikasi	95
4.3.2	Implementasi Komunikasi Pemasaran	105
4.3.3	Kendali Pemasaran	105
4.3.4	Alat-alat Komunikasi Pemasaran	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran	109
5.2.1	Saran Praktis	110
5.2.2	Saran Akademis	110
DAFTAR PUSTAKA		cxi
LAMPIRAN		cxiii
CURICULUM VITAE		cxxv