

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	8
2.2 KAJIAN TEORI	16
2.2.1 KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU	16
2.2.2 STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU.....	24
2.2.3 PERGURUAN TINGGI DAN MAHASISWA	33
2.3 KERANGKA BERPIKIR.....	37
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 OBJEK PENELITIAN.....	39
3.2 PARADIGMA PENELITIAN	39
3.3 METODE PENELITIAN.....	40
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	41
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA	42

3.6 TEKNIK PEMERIKSAAN KEABSAHAN DATA.....	43
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN	45
4.1.1. PTS-X	45
4.2 HASIL PENELITIAN	48
4.2.1. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PERGURUAN TINGGI SWASTA X DALAM MENINGKATKAN JUMLAH MAHASISWA BARU	49
4.3 PEMBAHASAN	89
4.3.1. STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU PTS-X DALAM MENINGKATKAN INTAKE MAHASISWA BARU	89
4.3.2. FAKTOR EKSTERNAL PENINGKATAN <i>INTAKE</i> MAHASISWA BARU	93
BAB V. PENUTUP	
5.1 KESIMPULAN.....	106
5.2 SARAN.....	108