

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Startegi Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.1 Analisis SWOT.....	14
2.3 Bauran Pemasaran.....	16
2.4 Pengertian Promosi.....	19
2.4.1 Strategi Promosi.....	20
2.4.2 Bauran Promosi.....	20
2.4.3 Faktor-faktor yang Memengaruhi Bauran Promosi.....	22
2.4.4 Pengertian Minat Konsumen.....	24
2.5 Pemasaran Ritel.....	25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Paradigma Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Subjek Penelitian.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1 Data Primer.....	32
3.4.2 Data Sekunder.....	32
3.5 Teknik Analisis Data.....	33
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan data.....	35
BAB 4 HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	38
4.1.1 Profil Perusahaan.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Perencanaan Promosi.....	41
4.2.1.1 STP (Segmentasi, Targeting, Positioning).....	41
4.2.1.2 Bauran Pemasaran.....	42
4.2.2 Pelaksanaan/Aktivitas Promosi.....	45
4.2.3 Evaluasi Promosi.....	59
4.2.4 Hambatan/Kendala Promosi.....	61
4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 Bauran Promosi Dalam Meningkatkan Minat Konsumen.....	65
BAB 5 KESIMPULAN & SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	70
5.2.1 Saran Akademis.....	70
5.2.2 Saran Praktis.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	74
Transkrip Wawancara.....	74