

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Manfaat Teoritis atau Akademis.....	7
1.6 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.2.1 Pengertian Strategi	15
2.2.2 Tipe-tipe Strategi.....	17
2.2.3 Pengertian Komunikasi	18
2.2.4 Proses Komunikasi.....	19
2.2.5 Komponen Komunikasi	21
2.2.6 Pengertian Strategi Komunikasi.....	24
2.2.7 Faktor pendukung strategi komunikasi	25
2.2.8 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	28

2.2.9	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	29
2.2.10	Model Komunikasi Pemasaran Terintegrasi	30
2.2.11	Ruang lingkup komunikasi pemasaran	31
2.3	Analisis SWOT (<i>Strength-weakness-opportunity-threat</i>)	32
2.3.1	Definisi SWOT	32
2.3.2	Analisis SWOT	33
2.4	Segmentasi, Positioning, Targeting	34
2.4.1	Segmentasi	34
2.4.2	Targeting	35
2.4.3	Positioning	35
2.5	Bauran Promosi	36
2.5.1	Personal Selling.....	36
2.5.2	Iklan (advertising)	37
2.5.3	<i>Direct Marketing</i>	39
2.5.4	Promosi penjualan.....	39
2.5.5	Hubungan Masyarakat (Public Relation)	40
2.6	Loyalitas Konsumen	41
2.6.1	Pengertian Loyalitas Konsumen	41
2.6.2	Jenis-jenis Loyalitas Konsumen.....	42
2.6.3	Karakteristik Loyalitas konsumen.....	44
2.6.4	Indikator Loyalitas Konsumen.....	45
BAB III	METODELOGI PENELITIAN	47
3.1	Paradigma Penelitian	47
3.2	Metode Penelitian	48
3.3	Subjek Penelitian	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data	50
3.4.1	Data Primer.....	50
3.4.2	Data Sekunder	51
3.5	Teknik Analisis Data	52
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	55
4.1.1 Mall Tamini Square.....	55
4.1.2 Visi dan Misi Mall Tamini Square.....	57
4.1.3 Logo dan Tagline Perusahaan	57
4.1.4 Struktur Organisasi Mall Tamini Square	58
4.2 Hasil Penelitian.....	59
4.2.1 Analisis SWOT	61
4.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	65
4.2.3 Segmentasi, Postioning, Targeting.....	70
4.2.4 Bauran Promosi	75
4.2.5 Loyalitas Konsumen.....	82
4.3 Pembahasan	85
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	107

