

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	v
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	vi
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran	16
2.2.1 Analisa Strengths, Opportunities, Weaknesses, Threat (SWOT)	20
2.2.2. STP (Segmenting, Targeting, and Positioning)	24
2.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	25
2.2.4 Bauran Promosi	28
2.3 Brand Awareness	37
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1 Paradigma Penelitian	41
3.2 Metode Penelitian	42

3.3	Subjek Penelitian	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4.1	Data Primer	43
3.4.2	Data Sekunder.....	44
3.5	Teknik Analisa Data	44
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	45
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1	Profil MyRepublic	47
4.2	Hasil Penelitian	49
4.2.1	Analisa SWOT.....	51
4.2.2	<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> (STP).....	55
4.2.3	Bauran Komunikasi Pemasaran	59
4.2.4	Bauran Promosi.....	62
4.2.6	<i>Brand Awareness</i>	73
4.3	Pembahasan.....	76
BAB V	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
5.2.1	Saran Praktis	85
5.2.2	Saran Akademis	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	88