

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
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4. 1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 Proses Komunikasi Pemasaran	16
2.2.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran	17

2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	19
2.3.1 Analisis SWOT	21
2.3.2 <i>Segmenting , Targeting dan Positioning</i>	24
2.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	26
2.5 Bauran Promosi.....	28
2.5.1 <i>Advertising</i> (Periklanan).....	30
2.5.2 <i>Sales Promotion</i> (Promosi penjualan)	30
2.5.3 <i>Public Relation and Publicity</i> (Hubungan Masyarakat dan Publisitas).....	31
2.5.4 <i>Direct Marketing</i> (pemasaran langsung).....	31
2.5.5 <i>Personal Selling</i> (penjualan Pribadi)	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Paradigma Penelitian.....	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Subyek Penelitian	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Teknis Analisis Data	37
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1 Visi dan Misi Makaroni Ngehe.....	40
4.1.2 Profil Perusahaan	41
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	45
4.2.1.1 Analisis SWOT	47
4.2.1.2 Segmenting . Targeting , Positioning.	48
4.2.2 Bauran Pemasaran.....	49
4.2.4 Evaluasi	57
4.3.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran	65
5.2.1 Saran Akademis	65
5.2.2 Saran Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	69

