

## DAFTAR ISI

Halaman sampul .....	i
Abstrak.....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi .....	iii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi .....	iv
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	v
Surat Pernyataan.....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	viii
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Tabel.....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis/ Akademis .....	8
1.4.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>9</b>
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Komunikasi Pemasaran .....	15
2.3. Integrated Marketing Communication (IMC).....	18
2.4. Promosi .....	19

2.4.1. Tujuan Promosi .....	23
2.4.2. Strategi Promosi .....	25
2.4.3. Bauran Promosi (Promotion Mix) .....	29
2.5. Pull Strategy .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Paradigma Penelitian .....	36
3.2. Metode Penelitian .....	37
3.3. Subjek Penelitian .....	38
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5. Teknik Analisis Data .....	42
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	43
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	46
4.2. Visi dan Misi Perusahaan .....	47
4.3. Hasil Penelitian .....	50
4.4. Strategi Promosi .....	52
4.4.1. Analisis STP (Segmentasi, Targeting dan Positioning) .....	53
4.4.2. Identifikasi Produk Marco Donuts pada Variable 8P .....	56
4.4.3. Unsur-unsur IMC .....	63
4.5. Pembahasan .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1. Kesimpulan .....	76
5.2. Saran .....	79
5.2.1. Saran Akademis .....	79
5.2.2. Saran Praktis .....	80
Lampiran .....	88

