

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	II
PERSETUJUAN PEMBIMBING	III
PENGESAHAN TIM PENGUJI	IV
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	V
KATA PENGANTAR	VI
ABSTRAK	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XIII

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
F. Definisi Konsep.....	8
a) Komunikasi pemasaran.....	8
b) Strategi Komunikasi Pemasaran.....	10
c) <i>Integrated marketing communication</i>	11
d) Konsumen.....	13
G. Kerangka Pikir Penelitian.....	14
H. Metode Penelitian.....	17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	17

2. Subyek, Obyek, dan lokasi Penelitian.....	18
3. Sumber Data dan Teknik pengumpulan data	15
4. Tahap-tahap Penelitian	21
5. Teknik Pengumpulan Data	24
6. Teknik Analisis Data	25
7. Tekhnik Pemeriksaan Keabsahan Data	27
I. Sistematika Pembahasan	28

BAB II: KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka	30
1. Komunikasi Pemasaran	30
a. Pengertian Komunikasi Pemasaran	34
b. Tujuan Komunikasi Pemasaran	35
a. Peran Komunikasi Pemasaran	37
2. Strategi Komunikasi Pemasaran	39
a. Pengertian Strategi Komunikasi Pemasaran	39
b. Bauran Komunikasi Pemasaran	41
B. Kajian Teori	54
1. Teori Komunikasi Pemmasaran terpadu	54

BAB III: PENYAJIAN

A. Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian.....	59
1. Subyek Penelitian.....	59
2. Obyek Penelitian	61
3. Lokasi Penelitian.....	51
B. Deskripsi Data Penelitian.....	68
1. Komunikasi Pemasaran UKM Kacapuri.....	69
2. Strategi Komunikasi pemasaran UKM Kacapuri	74

BAB IV : ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian.....	84
B. Konfirmasi dengan Teori.....	93

BAB V : PENUTUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. kerangka pikir penelitian	16
Gambar 3.1. Logo UKM Kacapuri	98
Gambar 3.2. Ekawarna	66
Gambar 3.3. Gaudi	66
Gambar 3.4. Rosela	67
Gambar 3.5. Edisi Khusus	68



