

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
HALAMAN ABSTRAK.....	xv
HALAMAN <i>ABSTRACT</i> .....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Kerangka Teori.....	6
1.5.1 Teori AIDA.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	

2.1	Pengertian Strategi.....	11
2.2	Komunikasi Pemasaran.....	12
2.3	Strategi Komunikasi Pemasaran.....	17
2.4	Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	18
	2.4.1 <i>Advertising</i> .....	19
	2.4.2 <i>Dirrect Marketting</i> .....	19
	2.4.3 <i>Sales Promotion</i> .....	19
	2.4.4 <i>Publicity/Public Relations</i> .....	20
	2.4.5 <i>Personal Selling</i> .....	21
2.5	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	21
	2.5.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	22
	2.5.2 Tahapan Loyalitas.....	23
	2.5.3 Tingkatan Loyalitas.....	25
	2.5.4 Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.....	26
2.6	Penelitian Terdahulu.....	27
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>		
3.1	Jenis Penelitian.....	32
3.2	Objek Penelitian.....	34
3.3	Sumber Data.....	35
	3.3.1 Data Primer.....	35
	3.3.2 Data Sekunder.....	35
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	36
	3.4.1 Wawancara.....	36
	3.4.2 Observasi.....	38
	3.4.3 Dokumentasi.....	38

3.4.4 Studi Pustaka.....	39
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1 Reduksi Data.....	40
3.5.2 Sajian Data.....	40
3.5.3 Penarikan Simpulan.....	41
3.6 Keabsahan Data.....	41
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	44
4.1.1 Gambaran Umum Es Bang Jo'e.....	44
4.1.2 Sejarah Es Bang Jo'e.....	45
4.1.3 Bentuk Desain dan Makna Logo Perusahaan.....	47
4.1.4 Visi, Misi, dan Motto.....	49
4.1.5 Organisasi.....	49
4.2 Strategi Bauran Pemasaran 4P.....	50
4.2.1 Produk.....	50
4.2.2 Harga.....	53
4.2.2.1 Diskon Khusus.....	54
4.2.2.2 Loyalty Card.....	46
4.2.2.3 Penyediaan Fasilitas-fasilitas yang Dibutuhkan Pelanggan....	57
4.2.2.4 Pelanggan yang Datang Adalah Keluarga.....	59
4.2.3 Lokasi Usaha.....	59
4.2.4 Promosi.....	62
4.3 Strategi Promotional Mix Es Bang Jo'e.....	66
4.4 Hambatan yang dihadapi oleh Es Bang Joe dalam melakukan aktifitas Komunikasi Pemasaran.....	70

4.5 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	71
BAB V. PENUTUP	
5.1 KESIMPULAN.....	78
5.2 SARAN.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	