

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1. Manfaat Praktis .....	6
1.4.2. Manfaat Akademis .....	6
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
1.5.1. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	6
1.6. Alur Berfikir Dalam Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>16</b>
2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran .....	16
2.1.1 Strategi.....	16
2.1.2 Komunikasi.....	18
2.1.3 Pemasaran.....	20
2.2. Komunikasi Pemasaran .....	23
2.2.1 Bauran Promosi .....	31
2.2.2 Bauran Pemasaran .....	34
2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	38
2.2.4 Konsumen.....	39
2.2.5 Stimulasi Pemasaran.....	41
2.3. Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	43
2.3.1 Pengkajian Perencanaan Pemasaran .....	43

2.3.2 Pengembangan dan Perencanaan Kegiatan .....	44
2.3.3 Persiapan dan Pengembangan Media Promosi Dan Periklanan .....	45
2.3.4 Eksekusi Media Dan Aplikasi Komunikasi Pemasaran .....	45
2.3.5 Monitoring dan Analisis Situasi .....	46
2,3.6 Respon Konsumen.....	46
2.4. Teori Perilaku Konsumen .....	46
2.5. Penelitian Terdahulu .....	49
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	51
3.2. Objek penelitian .....	52
3.3. Lokasi Penelitian.....	52
3.4. Sumber Data.....	52
3.4.1. Data Primer .....	52
3.4.2. Data Sekunder.....	53
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Teknik Analisis Data.....	55
3.7. Validitas Data.....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	60
4.1.1. Profil <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	60
4.1.2. Visi dan Misi <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	61
4.1.3. Struktur Organisasi Manajemen <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	62
4.1.4. Lokasi Tempat <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	63
4.2. Hasil Penelitian .....	63
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	63
4.2.2. Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	72
4.3. Pembahasan.....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
5.1. Kesimpulan .....	80
5.2. Saran.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Triangulasi Data .....	58
Gambar 4.1 Diskon Potongan Harga <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	65
Gambar 4.2 <i>Invitation Tasting Drink</i> di <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> .....	67
Gambar 4.3 Promosi <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> Melalui Facebook .....	69
Gambar 4.4 Promosi <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> melalui Instagram .....	70
Gambar 4.5 Promosi <i>Cubic Bar &amp; Resto</i> melalui Path.....	71