

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat	8
1.5 Kerangka Teori	8
BAB II TINJUAN PUSTAKA	17
2.1Strategi Komunikasi Pemasaran	17
2.2 Promosi Sebagai Proses Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan	23
2.3 Penelitian Sebelumnya	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Lokasi Penelitian	40
3.3 Informasi Penelitian	40
3.4 Objek Penelitian	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Analisa Data	44
3.7 Teknik Keabsahan Data / Validitas Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	47
4.1.1 dekripsi Lokasi Obyek Penelitian	47
4.1.2 Sejarah Dan Latar Belakang Berdirinya Cv. Sahabat Ternak	48
4.1.3 Visi Dan Misi	
4.1.4 Struktur Organisasi Cv. Sahabat Ternak	50
4.1.5 Dekripsi Kegiatan Pengolahan Susu Kambing Cv. Sahabat Ternak	53
4.1.6 Tenaga Kerja	55
4.1.7 Produk-Produk Olahan	56
4.2 Hasil Penelitian	57
4.2.1 <i>Mass Selling</i> (Periklanan Dan Pemasaran Langsung)	59
4.2.2 Promosi Penjualan	70
4.2.3 <i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	73
4.2.4 <i>Public Relations</i>	76
4.3 Pembahasan.....	81
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Bauran Promosi	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 4.1 Struktur Organisasi	51
Tabel 4.2 Produk-Produk Olahan	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Akun Instagram	62
Gambar 4.2 Website	64
Gambar 4.3 Halaman Profil Facebook	66
Gambar 4.4 Brosur	67
Gambar 4.5 Pameran	72
Gambar 4.6 Hiburan Dan Acara	72
Gambar 4.7 Kunjungan Turis	73
Gambar 4.8 Sponsorship	79
Gambar 4.9 Aktivitas Layanan Masyarakat	80