

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran .....	7

1.5.1 Teori Perencanaan.....	7
1.5.2 Teori <i>Integrated Marketing Communications</i> .....	10

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran .....	20
2.1.1 Komunikasi .....	20
2.1.2 Pemasaran ( <i>Marketing</i> ).....	21
2.1.3 <i>Marketing Communication</i> .....	23
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
2.2.1 Menentukan Tujuan Komunikasi.....	27
2.2.2 Merancang Pesan .....	28
2.2.3 Bauran Promosi Pemasaran .....	29
2.3 Penelitian Sebelumnya.....	31

## **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Subyek dan Obyek Penelitian .....	34
3.3 Sumber Data.....	34
3.5.1 Data Primer .....	34
3.5.2 Data Sekunder .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Studi Pustaka.....	35
3.4.2 Wawancara.....	36

3.4.3 Observasi Partisipatif.....	36
3.6 Triangulasi Data.....	39

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	40
4.1.1 Sejarah Lippo Plaza Jogja.....	40
4.1.2 Visi, Misi, Semboyan & Tujuan Lippo Plaza Jogja.....	42
4.1.3 <i>Tenant-tenant</i> Lippo Plaza Yogyakarta .....	43
4.1.4 Fasilitas Umum Lippo Plaza Yogyakarta .....	45
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan .....	46
4.1.6 Personalia Perusahaan.....	52
4.2 Hasil Penelitian .....	53
4.2.1 Perencanaan Strategi <i>Marketing Communications</i> .....	53
4.2.1.1 Tujuan Pemasaran.....	54
4.2.1.2 Segmentasi/Targeting .....	54
4.2.1.3 Diferensiasi .....	55
4.2.2 Implementasi Strategi Marketing Communication.....	56
4.2.2.1 Strategi Bauran Pemasaran .....	56
a) Product and Price .....	56
b) Place.....	60
c) Promotions .....	61
4.2.2.2 Strategi Promosi Marketing Communications .....	62
1. Iklan.....	62

2. Promosi Penjualan .....	65
3. Public Relations .....	71
4. Personal Selling & Direct Selling.....	72
5. Internet Marketing .....	72
4.2.3 Faktor Pendukung & Penghambat .....	77
4.2.3.1 Faktor Pendukung.....	77
4.2.3.2 Faktor Penghambat .....	78
4.3 Pembahasan.....	86

## **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	94
5.2 Saran .....	95

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Kesiapan Pembelian.....	27
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	42
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Lippo Plaza Yogyakarta.....	51
Gambar 4.3 Smart lounge.....	59
Gambar 4.4 Smart lounge.....	59
Gambar 4.5 Seven Sky.....	60
Gambar 4.6 Seven Sky.....	61
Gambar 4.7 Peta Lippo Plaza Yogyakarta.....	62
Gambar 4.8 Baliho.....	65
Gambar 4.9 Promo Election Day 1.....	66
Gambar 4.10 Brosur Cash Rebate.....	67
Gambar 4.11 Brosur Tahun Baru.....	68
Gambar 4.12 Brosur Promo Voucher 1.....	69
Gambar 4.13 Brosur Free Parking.....	70
Gambar 4.14 Brosur Give Away.....	73
Gambar 4.15 Tampilan Utama Styles.....	75
Gambar 4.16 Parkiran.....	81
Gambar 4.23 Bagan Strategi Marketing Communications.....	90
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>