

DAFTAR ISI

	Halaman
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	x
ASBTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Teori	9
1.6. Pendekatan Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Komunikasi Pemasaran	13
2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran	18
2.3. Langkah–Langkah Strategi Komunikasi Pemasaran	25
2.4. Penelitian Terdahulu	34
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Metode Penelitian	41
3.2. Jenis Penelitian	41
3.3. Lokasi Penelitian	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	42
3.5. Analisis Data	43
3.6. Uji keabsahan Data	44
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.2. Hasil Penelitian	48
4.3. Pembahasan	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	