

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Pendekatan Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Strategi	14
2.2. Komunikasi Pemasaran Terpadu	16
2.3. Bauran Komunikasi Pemasaran	18
2.4. Pelatihan Kerja	30
2.5. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Jenis Penelitian	34
3.2. Sumber Data	35
3.3. Teknik Pengumpulan Data	36
3.4. Teknik Analisis Data	40
3.5. Validitas Data	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1. Gambaran Umum Penelitian	44

4.2. Hasil Penelitian	69
4.3. Pembahasan	90
BAB V PENUTUP	109
5.1. Simpulan.....	109
5.2. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	1
LAMPIRAN	3

