

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Tahapan Penelitian	9
1.6 Lokasi dan waktu Penelitian.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Tinjauan Teori	26
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.2 IMC (<i>Integrated Marketing Communication</i>).....	28
2.2.3 Pemasaran <i>Digital (Digital Marketing)</i>	36
2.2.4 Respon Konsumen	38
2.2.5 Strategi Komunikasi.....	42
2.2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran	43
2.3 Kerangka Pemikiran	46
BAB III.....	47
METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Paradigma Penelitian	47
3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Obyek Dan Subjek Penelitian.....	49