

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	III
ABSTRAK	V
ABSTRACT	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR TABEL	VIII
DAFTAR GAMBAR.....	IX
DAFTAR LAMPIRAN	X
BAB I PENDAHULUAN	11
1.1 Latar Belakang.....	11
1.1 Fokus Penelitian.....	114
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	15
2.1 Tinjauan Pustaka.....	15
2.1.1 Komunikasi.....	15
2.1.2 Pemasaran.....	20
2.1.3 Komunikasi Pemasaran	24
2.1.4 Komunikasi Pemasaran Terpadu	29
2.1.5 Corona Virus Disease 2019	34
2.1.6 Usaha Kecil Menengah dan Mikro (UMKM).....	36
2.3 Penelitian Terdahulu.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	48
3.2.1 Objek Penelitian.....	48
3.3 Lokasi Penelitian	49
3.5 Informan Penelitian	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data	51
3.7 Teknik Validasi Data	52
3.8 Teknik Analisis Data	53
BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	55
4.1 Karakteristik Informan dan Profil Informan.....	55
4.1.2 Profil Informan	55
4.1.2.2 Informan Ahli.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Tools Komunikasi Pemasaran Terpadu	56
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Advertising	64
4.3.2 Sale Promotion.....	65
4.3.3 Event and Experience	66
4.3.4 Public Relation & Publicity.....	67
4.3.5 <i>Direct Marketing and Database</i>	68
4.3.6 Online and Sales Marketing.....	69
4.3.7 Mobile Marketing	70
4.3.8 Personal Selling.....	70
4.3.9 Model Analisis Gabungan	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1. Simpulan.....	73
5.2 Saran	73