

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	14
1.1. Latar belakang	14
1.2. Fokus Penelitian	20
1.3. Identifikasi Masalah	20
1.4. Tujuan Penelitian	20
1.5. Kegunaan Penelitian	20
1.5.1. Kegunaan Teoritis	20
1.5.2. Kegunaan Praktis	20
1.6. Waktu Penelitian	21
BAB II	22
2.1 Komunikasi Pemasaran	22
2.2 Kepercayaan Konsumen	23
2.3 <i>Wedding Organizer</i>	25
2.4 Perbandingan Penelitian Sebelumnya	26
2.5 Kerangka Pemikiran	42
BAB III	43
3.1 . Metode Penelitian	43
3.2 . Subjek dan Objek Penelitian	44
3.2.1. Subjek Penelitian	44
3.2.2. Objek Penelitian	45
3.3 . Informan Peneliti	45
3.3.1. Informan Kunci	45
3.3.2. Informan Pendukung	46
3.3.3. Informan Ahli	47

3.4	Lokasi Penelitian	48
3.5	Unit Analisis Data.....	48
3.6	Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.1.	Wawancara	49
3.6.2.	Observasi	50
3.6.3.	Dokumentasi	50
3.6.4.	Studi Kepustakaan.....	50
3.7	Teknik Analisis Data	51
3.8	Teknik Keabsahan Data	51
BAB IV	53
4.1	Karakteristik Informan	53
4.2	Profil Informan.....	54
4.2.1.	Informan Kunci.....	54
4.2.2.	Informan Pendukung.....	55
4.2.3.	Informan Ahli.....	57
4.3	Hasil Penelitian.....	57
4.3.1.	Data Wawancara.....	57
4.4	Pembahasan	84
5.1	Kesimpulan	90
5.2	Saran.....	91
5.2.1.	Saran Akademik.....	91
5.2.2.	Saran Praktis	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	95