

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Identifikasi Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	13
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.2 Waktu Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	18

2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.1.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	26
2.1.5 Merek	27
2.1.5.1 Pengertian Merek	27
2.1.5.2 Manfaat Merek	27
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Paradigma Penelitian.....	47
3.2 Metode Penelitian.....	47
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	48
3.3.1 Subjek Penelitian.....	48
3.3.2 Objek Penelitian	49
3.4 Lokasi Penelitian.....	49
3.5 Unit Analisis Penelitian.....	50
3.6 Informan Kunci (<i>Key Informan</i>)	53
3.7 Pengumpulan Data Penelitian	55
3.7.1 Wawancara.....	55
3.7.1.1 Langkah-Langkah Wawancara.....	55
3.7.2 Dokumentasi	56
3.8 Teknik Analisis Data.....	57
3.8.1 Reduksi Data	57
3.8.2 Penyajian Data	58
3.8.3 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi	58
3.9 Teknik Keabsahan Data	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Profil PT.Inti Buana Utama.....	61
4.1.1 Visi dan Misi PT.Inti Buana Utama.....	61
4.1.1.1 Visi PT.Inti Buana Utama.....	61
4.1.1.2 Misi PT.Inti Buana Utama.....	61
4.1.2 Produk yang dipasarkan PT.Inti Buana Utama.....	62
4.2 Karakteristik Informan.....	64
4.2.1 Profil Informan.....	66
4.3 Hasil Penelitian.....	68
4.3.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	68
4.3.1.1 <i>Discovery Circle</i>	70
4.3.1.2 <i>Intent Circle</i>	83
4.3.1.3 <i>Strategy Circle</i>	87
4.4 Pembahasan.....	99
4.4.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	99
4.4.1.1 <i>Discovery Circle</i>	99
4.4.1.2 <i>Intent Circle</i>	103
4.4.1.3 <i>Strategy Circle</i>	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	113
5.2.1 Saran Akademis.....	113
5.2.2 Saran Praktis.....	114
DAFTAR PUSTAKA	115
LAMPIRAN	