

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	9
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Kegunaan Penelitian.....	9
1.6 Jadwal Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.3 Strategi.....	12
2.1.4 Strategi Promosi	13
2.1.5 Promosi.....	13
2.1.5.1 Pengertian Promosi.....	13
2.1.5.2 Tujuan Promosi	14
2.1.5.3 Bauran Promosi	15
2.1.5.3.1 Advertising.....	67

2.1.5.3.3 Public Relations	18
2.1.5.3.4 Personal Selling	19
2.1.5.3.5 Direct Marketing	19
2.1.6 STP	20
2.1.6.1 Segmenting	20
2.1.6.2 Targeting	20
2.1.6.3 Positioning	21
2.1.7 Perencanaan Promosi	21
2.1.8 Evaluasi Pemasaran.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian	38
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	39
3.2.1 Subjek Penelitian	39
3.2.2 Objek Penelitian	39
3.3 Lokasi Penelitian	39
3.4 Unit Analisis Penelitian	40
3.5 Informan Penelitian	41
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	42
3.6.1 Sumber Data Primer.....	42
3.6.2 Sumber Data Sekunder.....	43
3.7 Teknik Analisis Data	43
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Karakteristik Infoman	47
4.2 Hasil Penelitian	50
4.2.1 STP (<i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>) Film Cek Toko Sebelah	51
4.2.2 Perencanaan Promosi Film Cek Toko Sebelah	52
4.2.3 Bauran Promosi Film Cek Toko Sebelah.....	59
4.2.3.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	62

4.2.3.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	78
4.2.3.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	84
4.2.3.4 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	96
4.2.3.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	98
4.2.4 Evaluasi Hasil Bauran Promosi Film Cek Toko Sebelah	88
4.3 Pembahasan	93
4.3.1 STP(<i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>) Film Cek Toko Sebelah	105
4.3.2 Perencanaan Promosi Film Cek Toko Sebelah	107
4.3.3 Bauran Promosi Film Cek Toko Sebelah.....	111
4.3.3.1 Periklanan (<i>Advertising</i>)	112
4.3.3.2 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	114
4.2.3.3 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	115
4.3.3.4 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	117
4.3.3.5 Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	117
4.2.4 Evaluasi Hasil Bauran Promosi Film Cek Toko Sebelah	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 Kesimpulan.....	121
5.2 Saran.....	122
5.2.1 Saran untuk PT Kharisma Starvision Plus	122
4.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	123
DAFTAR PUSTAKA.....	124
LAMPIRAN	128