

# DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	8
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	10
<b>BAB I</b> .....	12
<b>PENDAHULUAN</b> .....	12
<b>1.1 Profil Perusahaan</b> .....	12
<b>1.2 Latar Belakang</b> .....	13
<b>1.3 Fokus Penelitian</b> .....	18
<b>1.4 Identifikasi Masalah</b> .....	18
<b>1.5 Tujuan Penelitian</b> .....	18
<b>1.6 Manfaat Penelitian</b> .....	18
<b>1.6.1 Aspek Teoritis</b> .....	18
<b>1.6.2 Aspek Praktis</b> .....	18
<b>1.7 Waktu Penelitian</b> .....	19
<b>BAB II</b> .....	20
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	20
<b>2.1 Rangkuman Teori</b> .....	20
<b>2.1.1 Komunikasi</b> .....	20
<b>2.1.2 Komunikasi Pemasaran</b> .....	22
<b>2.1.3 Tools Komunikasi Pemasaran</b> .....	23
<b>2.1.4 Sales Promotion</b> .....	25
<b>2.1.5 Clothing</b> .....	28
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	28
<b>2.3 Kerangka Penelitian</b> .....	39
<b>BAB III</b> .....	40
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	40
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	40
<b>3.1.1 Post-Positivistik</b> .....	40
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	41
<b>3.3 Subjek dan Objek Penelitian</b> .....	42
<b>3.3.1 Subjek Penelitian</b> .....	42

<b>3.3.2 Objek Penelitian</b> .....	42
<b>3.4 Lokasi Penelitian</b> .....	42
<b>3.5 Unit Analisis Penelitian</b> .....	43
<b>3.6 Informan Kunci</b> .....	43
<b>3.7 Pengumpulan Data penelitian</b> .....	44
<b>3.8 Teknik Analisi Data</b> .....	45
<b>3.9 Keabsahan data</b> .....	46
<b>BAB IV</b> .....	47
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	47
<b>4.1 Karakteristik Informan</b> .....	47
<b>4.2 Hasil Wawancara</b> .....	48
<b>4.3 Pembahasan</b> .....	51
<b>BAB V</b> .....	57
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	57
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	57
<b>5.2 Saran</b> .....	57
<b>5.2.1 Saran Akademik</b> .....	57
<b>5.2.2 Saran Praktis</b> .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	59
<b>LAMPIRAN</b> .....	62