

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	12
1.4.1 Manfaat teoritis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Tinjauan Teori.....	15
2.1.1 Komunikasi	15
2.1.2 Pemasaran	16
2.1.4 <i>Marketing Communication Mix</i>	18
2.2 Kerangka Pemikiran.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Subjek & Objek Penelitian.....	35
3.3.1 Subjek Penelitian	35

3.3.2 Objek Penelitian.....	35
3.4 Lokasi Penelitian.....	35
3.5 Unit Analisis Penelitian	36
3.6 Informan Penelitian.....	38
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.8 Uji Keabsahan Data	43
3.9 Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Karakteristik Informan.....	46
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 <i>Marketing Communication Mix</i> untuk Meningkatkan Penjualan	53
4.2.2 Implementasi <i>Marketing Communication Mix</i> yang Dilakukan oleh Alexa Vape Store untuk Meningkatkan Penjualan	54
4.3 Pembahasan.....	82
4.3.1 Implementasi <i>Marketing Communication Mix</i> dalam Meningkatkan Penjualan.....	82
4.3.2 Periklanan (Advertising).....	83
4.3.3 Promosi Penjualan (Sales Promotion)	85
4.3.4 Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>).....	87
4.3.5 Pemasaran Langsung (Direct Marketing)	88
4.3.6 Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	90
4.3.7 <i>Interactive Marketing</i>	92
4.3.8 <i>Event and Experiences</i>	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran	95
5.2.1 Saran Akademis	95
5.2.2 Saran Praktis	96
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	100