

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Identifikasi Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	10
2.1.1 Marketing Communication	10
2.1.2 Peran Marketing Communication	12
2.1.3 Strategi Marketing Communication	12
2.1.4 Teori AISAS Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19

2.3 Kerangka Pemikiran	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Paradigma Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	39
3.3.1 Subjek Penelitian	39
3.3.2 Objek Penelitian	39
3.3.3 Lokasi Penelitian	39
3.4 Unit Analisis Penelitian	40
3.5 Informan Kunci	42
3.6 Pengumpulan Data Penelitian	43
3.7 Teknik Analisis Data	45
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Data Informan.....	49
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Strategi Marketing Communications E-Commerce Idmarco.....	51
4.3 Pembahasan.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
5.2.1 Saran Akademis.....	73
5.2.2 Saran Praktis.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75

LAMPIRAN.....82