

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	iv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Waktu Penelitian	9
BAB II	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Komunikasi.....	10
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	12
2.1.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	12
2.1.5 Komunikasi Pemasaran Terpadu (Integrated Marketing Communication).....	15
2.1.6 Ciri-ciri Integrated Marketing Communication.....	16
2.1.7 Konsep Dasar Integrated Marketing Communication.....	17
2.1.8 Pengertian Loyalitas Pelanggan	20
2.1.9 Langkah Membangun dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	21
2.1.10 Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	22

2.1.11	Program High Value Customer	22
2.2	Penelitian Terdahulu	24
2.3	Kerangka Berpikir	41
BAB III		42
3.1	Metode Penelitian	42
3.2	Paradigma Penelitian	42
3.3	Subjek dan Objek Penelitian	43
3.3.1	Subjek Penelitian	43
3.3.2	Objek Penelitian	44
3.4	Lokasi Penelitian	44
3.5	Unit Analisis Penelitian	44
3.6	Informan Penelitian	46
3.7	Teknik Pengumpulan Data	47
3.8	Teknik Analisis Data	48
3.9	Teknik Keabsahan Data	49
BAB IV		52
4.1	Karakteristik dan Profil Informan	52
4.1.1.	Karakteristik Informan	52
4.1.2	Profil Informan	52
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	55
4.2.2	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	69
4.2.3	Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran	86
4.3	Pembahasan	95
4.3.1	Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	95
4.3.2	Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	101
4.3.3	Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran	108
BAB V		113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran	114
DAFTAR PUSTAKA		116

