

## DAFTAR ISI

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>8</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>11</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>11</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>13</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>13</b>
<b>1.2 Fokus Penelitian</b> .....	<b>22</b>
<b>1.3 Identifikasi Masalah</b> .....	<b>23</b>
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>23</b>
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>23</b>
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	23
1.5.2 Manfaat Praktis.....	23
<b>1.6 Waktu dan Periode Penelitian</b> .....	<b>24</b>
<b>BAB II</b> .....	<b>25</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>25</b>
<b>2.1 Rangkuman Teori</b> .....	<b>25</b>
2.1.1 Komunikasi .....	25
2.1.1.1 Jenis Komunikasi .....	26
2.1.1.2 Tujuan Komunikasi.....	26
2.1.1.3 Unsur Unsur Komunikasi.....	26
2.1.1.4 Fungsi Komunikasi .....	28
2.1.1.5 Proses Komunikasi.....	30
2.1.2 Strategi Komunikasi .....	32
2.1.2.1 Tujuan Strategi Komunikasi.....	32
2.1.2.2 Perumusan Strategi Komunikasi.....	33
2.1.3 Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	35
2.1.4 Loyalitas Pelanggan.....	36
2.1.4.1 Karakteristik Loyalitas Pelanggan .....	37

<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>38</b>
<b>2.3 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>50</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>52</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>52</b>
<b>3.1 Paradigma Penelitian .....</b>	<b>52</b>
<b>3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....</b>	<b>53</b>
3.2.1 Subjek Penelitian .....	53
3.2.2 Objek Penelitian .....	53
<b>3.3 Lokasi Penelitian .....</b>	<b>54</b>
<b>3.4 Unit Analisis Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>3.5 Informan Penelitian.....</b>	<b>56</b>
3.5.1 Informan Kunci .....	56
3.5.2 Informan Pendukung.....	57
<b>3.6 Pengumpulan Data Penelitian.....</b>	<b>57</b>
3.6.1 Wawancara .....	57
3.6.2 Observasi.....	58
3.6.3 Dokumentasi.....	58
<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>59</b>
<b>3.8 Teknis Keabsahan Data.....</b>	<b>60</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>61</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>61</b>
<b>4.1 Karakteristik Informan.....</b>	<b>61</b>
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>62</b>
4.2.1 Perencanaan Strategi Komunikasi .....	63
4.2.1.1 Mengenal Khalayak .....	63
4.2.1.2 Merumuskan Pesan .....	65
4.2.1.3 Menetapkan Metode.....	68
4.2.1.4 Menentukan Media .....	70
4.2.2 Implementasi Komunikasi Pemasaran.....	73

4.2.2.1 Iklan (Advertising) .....	73
4.2.2.2 Sales Promotion .....	75
4.2.2.3 Public Relations .....	78
4.2.2.4 Personal Selling .....	79
4.2.2.5 Direct Marketing .....	82
4.2.3 Evaluasi Loyalitas Pelanggan.....	84
4.2.3.1 Satisfaction .....	84
4.2.3.2 Repeat Purchase .....	85
4.2.3.3 Word Of Mouth / Buzz .....	85
4.2.3.4 Evangelism .....	86
4.2.3.5 Ownership.....	86
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>87</b>
<b><i>BAB V</i> .....</b>	<b>94</b>
<b><i>KESIMPULAN DAN SARAN</i>.....</b>	<b>94</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>94</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>94</b>
5.2.1 Saran Akademis .....	94
5.2.2 Saran Praktis.....	95
<b><i>DAFTAR PUSTAKA</i>.....</b>	<b>96</b>
<b><i>LAMPIRAN</i> .....</b>	<b>100</b>