

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB II.....	12
KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Pustaka	12
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	12
2.1.2 Promosi	12
2.1.3 Tujuan Promosi	13

2.1.4	Bauran promosi	13
2.1.5	New Media	15
2.1.6	<i>E-Commerce</i>	15
2.2	Penelitian Terdahulu	16
2.3	Kerangka Pemikiran	30
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
3.1	Paradigma Penelitian	31
3.2	Metode Penelitian	32
3.3.2	Objek Penelitian	33
3.4.1	Informan Ahli	34
3.4.2	Informan Pendukung	34
3.5	Metode Pengumpulan Data	35
3.5.1	Data Primer	35
3.5.2	Data Sekunder	36
3.6	Lokasi Penelitian	36
3.7	Unit Analisis Penelitian	36
3.8	Metode Analisis dan Penjaga Keabsahan Data	37
3.8.1	Teknik Analisis Data	37
3.8.2	Triangulasi	38
BAB IV		40
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	Penerapan Bauran Promosi	41
4.2	Pembahasan	54
4.2.1	Penerapan Bauran Promosi	54
BAB V		67

PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran Akademis.....	68
5.2.2 Saran Praktis.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73