

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Aspek Teoritis.....	7
1.4.2Aspek Praktis.....	7
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kerangka Konsep.....	9
2.1.1 Strategi Marketing.....	9
2.1.2 Marketing Communication.....	9
2.1.3 Event Organizer.....	10
2.1.4 Event.....	10
2.1.5 Pull, Push & Pass Event Strategi.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Metode Penelitian.....	23
3.2 Paradigma Penelitian.....	23
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	24
3.3.1 Subjek Penelitian.....	24
3.3.2 Objek Penelitian.....	24
3.4 Unit Analisis.....	26
3.5 Informan Penelitian.....	27
3.6 Pengumpulan Data Penelitian.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Reduksi Data.....	30
3.7.2 Penyajian Data.....	31
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	31

3.8.1 Tringulasi Sumber Tringulasi.....	31
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Data Informan.....	33
4.2 Hasil Penelitian.....	36
4.2.1 Strategi Marketing Public Relations Event Organizer Kesatria.....	37
4.3 Pembahasan.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
5.2.1 Saran Akademis.....	46
5.2.2 Saran Praktis.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	50