

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK.....	ii
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR DIAGRAM.....	ii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademik.....	8
1.4.2 Manfaat Praktik	8
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	8
1.5.1 Waktu Penelitian	8
1.5.2 Lokasi Penelitian.....	8
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Teori.....	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	11
2.1.3 Komponen Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.4 Media Komunikasi Pemasaran	18
2.1.5 Langkah-langkah Pengembangan Komunikasi Pemasaran Yang Efektif..	19
2.2 Perbandingan Dengan Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Paradigma Penelitian.....	30
3.2 Metode Penelitian.....	30
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	31

3.3.1 Subjek Penelitian	31
3.3.2 Objek Penelitian.....	31
3.4 Lokasi penelitian	32
3.5 Unit Analisis.....	32
3.6. Informan Penelitian	36
3.6.1 Informan kunci (<i>key informant</i>).....	36
3.6.2. Informan Pendukung	36
3.6.3. Informan Ahli.....	37
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	38
3.7.1 Wawancara.....	38
3.7.2 Data sekunder	39
3.8 Teknik Analisis Data	40
3.9 Teknik Keabsahan Data.....	41
BAB IV.....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Karakteristik sumber	42
4.1.1 Profil Responden	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Discovery Circle	43
4.2.2 Intent Circle	46
4.2.3 Strategy Circle	48
4.3 Pembahasan.....	50
4.3.1 Analisis Strategi Komunikasi pemasar <i>Cal7cio Sportwear</i>	51
BAB V	53
SIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Simpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
5.2.1 Saran Akademisi	53
5.2.2 Saran Praktisi	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55
Dokumentasi.....	70

