

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
RIWAYAT HIDUP.....	xvi
MOTTO HIDUP.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Landasan Pemikiran	8
1.5.1 Landasan Teoritis	8
1.5.2 Kerangka Konseptual	12
1.6 Langkah-Langkah Penelitian	14
1.6.1 Lokasi Penelitian.....	14
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	14
1.6.3 Metode Penelitian.....	15
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	16
1.6.5 Teknik Penentuan Informan	17

1.6.6	Teknik Pengumpulan Data	18
1.6.7	Teknik Penentuan Keabsahan Data	19
1.6.8	Teknik Analisis Data	20
1.6.9	Rencana Jadwal Penelitian	23
BAB II	KAJIAN PUSTAKA	25
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	25
2.2	Kajian Konseptual	31
2.2.1	Strategi	31
2.2.2	<i>Marketing Communication</i>	36
2.2.3	<i>Strategi Marketing Communication</i>	41
2.3	Kajian Teoritis	45
2.3.1	Definisi <i>Integrated Marketing Communication</i>	45
2.3.2	Tujuan <i>Integrated Marketing Communication</i>	48
2.3.3	Manfaat <i>Integrated Marketing Communication</i>	50
2.3.4	Konsep <i>Integrated Marketing Communication</i>	51
BAB III	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
3.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	65
3.1.1	Sejarah Bagi Kopi	65
3.1.2	Visi dan Misi Bagi Kopi.....	66
3.1.3	Makna Logo Perusahaan Bagi Kopi	67
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan Bagi Kopi Jatinangor	68
3.3	Profil Informan.....	69
3.4	Hasil Penelitian	71
3.4.1	<i>Advertising</i> (Periklanan).....	72
3.4.2	<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	85
3.4.3	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	96
3.4.4	<i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal)	106
3.4.5	<i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)	117
3.5	Pembahasan Penelitian.....	126
3.5.1	<i>Advertising</i> (Periklanan).....	127
3.5.2	<i>Direct Marketing</i> (Pemasaran Langsung)	133

3.5.3	<i>Sales Promotion</i> (Promosi Penjualan).....	137
3.5.4	<i>Personal Selling</i> (Penjualan Personal).....	141
3.5.5	<i>Public Relations</i> (Hubungan Masyarakat)	144
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		153
4.1	Simpulan	153
4.2	Saran.....	155
4.2.1	Saran Akademis.....	155
4.2.2	Saran Praktis	155
DAFTAR PUSTAKA		157
LAMPIRAN		163

