

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
RIWAYAT HIDUP	xvii
MOTTO HIDUP	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus dan Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Landasan Pemikiran	9
1.5.1 Landasan Teoritis	9
1.5.2 Landasan Konseptual	13
1.6 Langkah – Langkah Penelitian	14
1.6.1 Lokasi Penelitian	14
1.6.2 Paradigma dan Pendekatan	15
1.6.3 Metode Penelitian	15
1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data	16
1.6.5 Penentuan Informan	17
1.6.6 Teknik Pengumpulan Data	18
1.6.7 Teknik Analisis Data	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	22
2.1 Kajian Penelitian Relevan	22
2.2 Landasan Teoritis	26
2.2.1 Integrated Marketing Communication	26
2.3 Landasan Konseptual	38
2.3.1 Marketing Public Relations	38
2.3.2 Hubungan Marketing dan Public Relations	40
2.3.3 Faktor-Faktor Timbulnya Marketing Public Relations	41
2.3.4 Fungsi Marketing Public Relations	44
2.3.5 Tujuan Marketing Public Relations	47
2.3.6 Implementasi Marketing Public Relations	49
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	51

3.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
3.1.1	Profil Mills	51
3.1.2	Visi dan Misi	53
3.1.3	Logo	53
3.1.4	Struktur Organisasi	54
3.2	Profil Informan	54
3.3	Hasil Temuan Penelitian	55
3.3.1	Advertising	56
3.3.2	Personal Selling	72
3.3.3	Sales Promotion	82
3.3.4	Public Relations	93
3.4	Hasil Pembahasan	108
3.4.1	Advertising	109
3.4.2	Personal Selling	121
3.4.3	Sales Promotion	129
3.4.4	Public Relations	138
BAB IV KESIMPULAN		151
4.1	Kesimpulan	151
4.2	Saran	152
DAFTAR PUSTAKA		154
LAMPIRAN		159

