

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>ABSTRACT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	xvii
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	xviii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>2.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>2.2 Fokus Penelitian</b> .....	6
<b>2.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
<b>2.4 Kegunaan Penelitian</b> .....	7
2.4.1 Secara Akademisi .....	7
2.4.2 Secara Praktis .....	8

<b>2.5</b>	<b>Landasan Pemikiran .....</b>	<b>8</b>
2.5.1	Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
2.5.2	Landasan Teoritis .....	17
2.5.3	Landasan Konseptual .....	19
<b>2.6</b>	<b>Langkah-Langkah Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>2.6.1</b>	<b>Lokasi Penelitian .....</b>	<b>19</b>
<b>2.6.2</b>	<b>Paradigma dan Pendekatan .....</b>	<b>20</b>
1.6.2.1	Paradigma Konstruktivisme.....	20
1.6.2.2	Metode Penelitian .....	21
1.6.2.3	Pendekatan Kualitatif.....	22
<b>2.6.3</b>	<b>Jenis Data dan Sumber Data .....</b>	<b>23</b>
1.6.3.1	Jenis Data.....	23
1.6.3.2	Sumber Data .....	23
<b>2.6.4</b>	<b>Teknik Pemilihan Informan .....</b>	<b>24</b>
1.6.4.1	Informan.....	24
1.6.4.2	Peran dan Fungsi Informan.....	25
<b>2.6.5</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>25</b>
<b>2.6.6</b>	<b>Teknik Penentuan Keabsahan Data .....</b>	<b>27</b>
<b>2.6.7</b>	<b>Teknik Analisis Data .....</b>	<b>28</b>
<b>2.6.8</b>	<b>Jadwal Penelitian.....</b>	<b>30</b>

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>31</b>
<b>2.1 Komunikasi Pemasaran .....</b>	<b>31</b>
2.1.1 Proses Komunikasi Pemasaran .....	31
<b>2.2 Marketing Public Relations .....</b>	<b>32</b>
2.2.1 Pengertian <i>Marketing Public Relations</i> .....	32
2.2.2 Peran <i>Marketing Public Relations</i> .....	32
2.2.3 Bentuk-Bentuk <i>Marketing Public Relations</i> .....	33
<b>2.3 Marketing Mix (Bauran Pemasaran) .....</b>	<b>34</b>
2.6.1 Produk ( <i>Product</i> ).....	35
2.6.2 Harga ( <i>Price</i> ).....	43
2.6.3 Lokasi ( <i>Place</i> ) Atau Saluran Pemasaran.....	49
2.6.4 Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	53
<b>BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
<b>3.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>56</b>
1.1.1 Gambaran Umum Lokasi .....	56
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	58
1.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	58
1.1.4 Tugas dan Tanggung Jawab .....	59
1.1.5 Logo Perusahaan .....	68
<b>3.2 Profil Informan Penelitian.....</b>	<b>68</b>

<b>3.3</b>	<b>Gambaran Hasil Penelitian .....</b>	<b>77</b>
1.3.1	Unsur-Unsur Produk .....	78
1.3.2	Unsur-Unsur Harga .....	90
1.3.3	Tempat.....	93
1.3.4	Bentuk Promosi.....	96
<b>3.4</b>	<b>Pembahasan .....</b>	<b>102</b>
<b>3.4.1</b>	<b>Unsur-Unsur Produk .....</b>	<b>102</b>
3.4.2	Unsur-Unsur Harga .....	114
3.4.3	Tempat.....	117
3.4.4	Bentuk Promosi.....	118
<b>BAB IV</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>124</b>
4.1	Simpulan.....	124
4.2	Saran .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>128</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 1.2 Jadwal Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3.1 Jenis Kelamin .....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 3.2 Jabatan .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 3.3 Kelompok Usia .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 3.4 Tingkat Pendidikan.....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 3.5 Program Studi .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 3.6 Tempat Tinggal .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 3.7 Waktu Wawancara .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 3.8 Keterlibatan dengan Branding Perusahaan .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 3.9 Agama.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 3.10 Lama Bekerja .....</b>	<b>77</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 3.1 Struktur Organisasi Mochi Lampion Sukabumi.....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 3.2 Logo Mochi Lampion Sukabumi.....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 3.3 Desain Kemasan Mochi Rasa Strawberry .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 3.4 Desain Kemasan Mochi Rasa Green Tea .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 3.5 Desain Kemasan Mochi Keranjang Kacang Original.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 3.6 Desain Kemasan Mochi Rasa Kacang Hijau.....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 3.7 Gudang Penyimpanan Bahan Baku Produk.....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 3.8 Sample Produk.....</b>	<b>83</b>
<b>Gambar 3.9 Penghargaan sebagai Top Quality Product &amp; Brand 2022 .....</b>	<b>84</b>
<b>Gambar 3.10 Sertifikat moci sukabumi sebagai Warisan Budaya Takbenda .....</b>	<b>85</b>
<b>Gambar 3.11 Daftar Harga Mochi Lampion Sukabumi .....</b>	<b>92</b>
<b>Gambar 3.12 Toko Mochi Lampion Sukabumi Tampak Depan.....</b>	<b>94</b>
<b>Gambar 3.13 Desain Toko.....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 3.14 Rak Toko .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 3.15 Furniture Toko .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 3.16 Furniture Logo Mochi dalam Toko .....</b>	<b>96</b>
<b>Gambar 3.17 Tseter Produk Mochi Lampion Sukabumi.....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1: Lembar Pemeriksaan Plagiarisme dari Jurusan .....</b>	<b>134</b>
<b>Lampiran 2: Persentase Hasil Cek Turnitin dari Jurusan .....</b>	<b>135</b>
<b>Lampiran 3: Surat Keputusan Skripsi .....</b>	<b>136</b>
<b>Lampiran 4: Surat Keterangan Izin Observasi dan Penelitian.....</b>	<b>137</b>
<b>Lampiran 5: Lembar Absensi Bimbingan.....</b>	<b>138</b>
<b>Lampiran 6: Draft Wawancara.....</b>	<b>140</b>
<b>Lampiran 7: Dokumentasi Wawancara .....</b>	<b>148</b>

