

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	12
2.2.1 Promosi	12
2.2.2 Bauran Promosi.....	14
2.2.2.1 Advertising.....	14
2.2.2.2 Sales Promotion	14

2.2.2.3 Personal Selling.....	15
2.2.2.4 Public Relations	15
2.2.2.5 Direct Marketing	15
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Model Analisis	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Jenis Penelitian	18
3.2 Subjek Penelitian	18
3.3 Metode Pengumpulan Data	19
3.4 Uji Keabsahan Data	20
3.5 Metode Analisis Data	21
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	23
4.2 Data Narasumber	23
4.3 Panduan Membaca <i>Coding</i>	24
4.4 Analisis Kegiatan Promosi De Rucci	25
4.5 Pembahasan	35
4.6 Implikasi Manajerial.....	40
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	43
5.1 Simpulan.....	43
5.2 Saran	45
5.3 Keterbatasan Penelitian	46
DAFTAR PUSTAKA	47