

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR ..	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENERIMAAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 <i>Marketing Communication</i>	9

	2.3	Promosi Penjualan	12
	2.4	Sosial Media	15
	2.5	Endorser	17
	2.6	Analisis PEST	19
BAB III		METODE PENELITIAN	23
	3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
	3.2	Kehadiran Penulis	24
	3.3	Lokasi Penelitian	24
	3.4	Sumber Data	25
		3.4.1 Subyek Penelitian	25
		3.4.2 Penjaringan Data	26
	3.5	Pengumpulan Data	26
	3.6	Analisis Data	28
	3.7	Pengecekan Keabsahan Temuan	29
	3.8	Tahapan Penelitian	30
BAB IV		PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	32
	4.1	Definisi Operasional	32
		4.1.1 <i>Relationship Marketing</i>	32
		4.1.2 Perilaku Konsumen	33
		4.1.3 Komunikasi Pemasaran	35
		4.1.4 Format Informasi	37
	4.2	Deskripsi Data	38
		4.2.1 Data Informan	39

	4.2.2 Coding	40
BAB V	PEMBAHASAN	41
	5.1 Profil Depot Sataichan Surabaya	41
	5.2 Analisis Hasil Wawancara	42
	5.2.1 Relationship Marketing	42
	5.2.2 Perilaku Konsumen	43
	5.2.3 Komunikasi Pemasaran	44
	5.2.4 Format Informasi	45
BAB VI	PENUTUP	47
	6.1 Kesimpulan	47
	6.2 Implikasi Manajerial	49
	6.3 Saran	49
	6.3.1 Saran untuk Depot Sataichan Surabaya	49
	6.3.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	50
	DAFTAR PUSTAKA	51
	LAMPIRAN	A-1