

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL.....   | i    |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....                             | ii   |
| PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI .....                   | iii  |
| PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....                         | iv   |
| ABSTRAK .....  | v    |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | vi   |
| KATA PENGANTAR .....   | vii  |
| DAFTAR ISI.....  | ix   |
| DAFTAR TABEL.....  | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....  | 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    |
| 1.5. Ruang Lingkup Penelitian .....                          | 9    |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA .....                                  | 10   |
| 2.1. Penelitian Terdahulu.....                               | 10   |
| 2.2. Landasan teori .....                                    | 12   |
| 2.2.1 <i>Integrated Marketing Communications (IMC)</i> ..... | 12   |
| 2.2.2 <i>Marketing Communication Mix</i> .....               | 18   |
| 2.2.3 <i>Pariwisata dan Tourism Marketing</i> .....          | 20   |
| 2.3. Kerangka Konseptual .....                               | 23   |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                               | 24   |
| 3.1. Jenis Penelitian.....                                   | 24   |

|   |            |
|---|------------|
| 3.2. Profil Informan Penelitian .....   | 24         |
| 3.3. Metode Pengumpulan Data .....  | 26         |
| 3.4. Metode Analisis Data .....   | 28         |
| 3.5. Validitas dan Reliabilitas .....   | 32         |
| <b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>   | <b>35</b>  |
| 4.1. Gambaran Subjek dan Objek Penelitian .....   | 35         |
| 4.2. Penyajian Data.....  | 36         |
| 4.2.1. Komponen Utama Dalam <i>Integrated Marketing Communication</i> .....             | 37         |
| 4.2.2. Proses Pengembangan Merek Dalam <i>Integrated Marketing Communication</i> .....  | 53         |
| 4.2.3. Level Penyelesaian Masalah Dalam <i>Integrated Marketing Communication</i> ..... | 63         |
| 4.2.4. <i>Marketing Communication Mix</i> .....   | 73         |
| 4.3. Pembahasan .....   | 88         |
| 4.3.1. Strategi <i>IMC</i> .....  | 88         |
| 4.3.2. Penerapan <i>Marketing Communication Mix</i> .....                               | 94         |
| 4.3.3. Penerapan Komunikasi Pariwisata Dalam <i>IMC</i> .....                           | 98         |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>100</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>102</b> |