

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>	15
2.2.2 <i>Integrated Marketing Communication Tools</i>	16
2.3 Kerangka Konseptual	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Informan Penelitian	22
3.3 Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Metode Analisis Data	25
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	26
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	29

4.1	Gambaran Subjek dan Objek Penelitian.....	29
4.2	Analisis Data	30
4.2.1	Komponen Utama <i>Integrated Marketing Communication</i>	30
4.2.2	<i>Integrated Marketing Communication Tools</i>	36
4.3	Pembahasan	51
4.3.1	<i>Integrated Marketing Communication</i>	51
4.3.2	<i>Integrated Marketing Communication Tools</i>	54
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		57
5.1	Kesimpulan.....	57
5.2	Saran.....	58
5.2.1	Bagi Perusahaan.....	58
5.2.2	Bagi Peneliti.....	59
DAFTAR PUSTAKA		60

