

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro.....	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro .....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	8
1.3.1 Maksud Penelitian .....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	9

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

2.1	Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1	Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.1.2	Tinjauan Tentang Komunikasi .....	14
2.1.2.1	Definisi Komunikasi. ....	14
2.1.2.2	Tujuan Komunikasi .....	14
2.1.2.3	Unsur-Unsur Komunikasi .....	17
2.1.2.4	Fungsi Komunikasi .....	18
2.1.3	Tinjauan Komunikasi Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	20
2.1.3.2	Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.3.3	Komunikasi Pemasaran Terintegrasi.....	24
2.1.4.	Tinjaun Tentang Loyalitas Merek.....	26
2.1.4.1	Pengertian Merek.....	26
2.1.4.2	Loyalitas Merek.....	28
2.1.5	Tinjauan Tentang Konsumen .....	31
2.1.5.1	Pengertian Konsumen .....	31
2.1.5.2	Minat Beli Konsumen .....	32
2.1.5.3	Loyalitas Konsumen.....	33
2.1.5.4	Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	35
2.1.5.6	Jenis-Jenis Loyalitas Konsumen .....	36
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	38

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian .....	47
3.1.1 Desain Penelitian .....	48
3.2 Informan Penelitian.....	51
3.2.1 Teknik Penentuan Informan.....	51
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.3.1 Studi Lapangan.....	54
3.3.2 Studi Pustaka .....	55
3.4 Uji Keabsahan Data.....	57
3.5 Teknik Analisa Data.....	60
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian. ....	63
3.6.1 Lokasi Penelitian. ....	63
3.6.2 Waktu Penelitian. ....	63

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian . ....	65
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	
4.1.1.1 Sejarah Singkat <i>Vearst Jean</i> .....	69
4.1.1.2 Logo <i>Vearst Jeans</i> .....	70
4.1.1.3 Visi Misi <i>Vearst Jeans</i> .....	71
4.1.1.4 Struktur Organisasi <i>Vearst Jeans</i> .....	72
4.1.1.5 <i>Job Description Vearst Jeans</i> .....	73
4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian .....	75
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian .....	82

4.1.3.1 Periklanan ( <i>Advertising</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	84
4.1.3.2 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	87
4.1.3.3 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	92
4.1.3.4 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	96
4.1.3.5 Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	99
4.2 Pembahasan .....	101
4.2.1 Periklanan ( <i>Advertising</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	102
4.2.2 Promosi Penjualan ( <i>Sales Promotion</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	105
4.2.3 Pemasaran Langsung ( <i>Direct Marketing</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	108
4.2.4 Hubungan Masyarakat ( <i>Public Relation</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	111
4.2.5 Penjualan Personal ( <i>Personal Selling</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	113
4.2.6 Komunikasi Pemasaran Terintegrasi ( <i>Integrated Marketing Communication</i> ) <i>Vearst Jeans</i> .....	116

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	118
5.2 Saran .....	120

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>122</b>
-----------------------------	------------

<b>Lampiran .....</b>	<b>124</b>
-----------------------	------------

<b>Daftar Riwayat Hidup .....</b>	<b>176</b>
-----------------------------------	------------