

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.2.1 Pertanyaan Makro	7
1.2.2 Pertanyaan Mikro	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1. Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1. Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu	11
2.1.2. Tinjauan Tentang Komunikasi	16
2.1.2.1. Definisi Komunikasi.....	16

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi	17
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	22
2.1.3.2 Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran	24
2.1.4. Tinjauan Tentang Minat Beli	30
2.1.4.1 Definisi Minat Beli	30
2.1.4.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	31
2.1.4.3 Ciri-ciri Minat Beli	31
2.2. Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Informan Penelitian.....	38
3.1.1 Informan kunci	38
3.1.2 Informan Pendukung	39
3.2 Desain Penelitian.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4 Uji Kebasahan	43
3.4.1 Credibility.....	43
3.4.1.1 Perpanjangan Pengamatan	43
3.4.1.2 Meningkatkan kecermatan dalam penelitian	44
3.4.1.3 Triangulasi	44
3.4.1.4 Analisis Kasus.....	46
3.4.1.5 Menggunakan Bahan Referensi.	46
3.4.1.6 Mengadakan Member Check.	47
3.4.2 Transferability	47

3.4.3	Dependability	47
3.4.4	Confirmability	48
3.5	Teknik Analisa Data.....	49
3.5.1	Data Reduction (Reduksi Data).....	50
3.5.2	Pengumpulan Data (<i>Data collection</i>).....	50
3.5.3	Data <i>Display</i>	51
3.5.4	Conclusion Drawing/Verivication.....	51
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	51
3.6.1	Lokasi Penelitian	51
3.6.2	Waktu Penelitian	52
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....		55
4.1.	Objek Penelitian	55
4.2.	Hasil	59
4.2.1.	Tujuan yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	59
4.2.2.	Target yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project</i> <i>The Emeraldalda Resort</i>	63
4.2.3.	Pesan yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project</i> <i>The Emeraldalda Resort?</i>	64
4.2.4.	Media yang digunakan Yan Property Development pada <i>project</i> <i>The Emeraldalda Resort</i>	67
4.2.5.	Pengembangan <i>Promotional Mix</i> yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	72

4.2.6. Evaluasi yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	77
4.3. Pembahasan.....	81
4.3.1. Tujuan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	81
4.3.2. Target strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	82
4.3.3. Pesan strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	82
4.3.4. Media strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	85
4.3.5. Pengembangan <i>Promotional Mix</i> dalam strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	87
4.3.6. Evaluasi strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Yan Property Development pada <i>project The Emeraldalda Resort</i>	89
BAB V PENUTUP	102
5.1. Kesimpulan	102
5.2. Saran.....	105
5.2.1. Saran Operasional	106
5.2.2. Saran Konseptual.....	106
5.2.3. Saran Akademisi	106

DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	112
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	169