

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
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	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	11
2.1. Tinjauan Pustaka	11
2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	11
2.1.2. Tinjauan Komunikasi Pemasaran	13
2.1.2.1. Definisi Komunikasi Pemasaran	13
2.1.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	14
2.1.2.3. Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.1.2.4. Tahap-Tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	16
2.1.3. Tinjauan Tentang Strategi	18
2.1.4. Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	18

2.1.4.1.	Tujuan Strategi Komunikasi.....	19
2.1.4.2.	Korelasi Antara Komponen dalam Strategi Komunikasi.....	20
2.1.4.3.	Fungsi Strategi.....	21
2.1.5.	Tinjauan Tentang PT. Excommerce Digital Indonesia.....	21
2.2.	Kerangka Pemikiran.....	22
BAB III METODE PENELITIAN		26
3.1.	Desain Penelitian.....	26
3.2.	Informan Penelitian	27
3.2.1.	Informan Kunci	28
3.2.2.	Informan Pendukung	29
3.3.	Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1.	Studi Pustaka.....	30
3.3.2.	Studi Lapangan.....	31
3.4.	Uji Keabsahan Data.....	33
3.5.	Teknik Analisa Data.....	35
3.6.	Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.6.1.	Lokasi Penelitian	37
3.6.2.	Waktu Penelitian	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....		40
4.1.	Hasil Penelitian	40
4.1.1.	Gambaran Objek Penelitian	47
4.1.1.1.	Excommerce Digital Indonesia	47
4.1.1.2.	Struktur Perusahaan	51
4.1.2.	Deskripsi Informan.....	52
4.1.2.1.	Deskripsi Informan Kunci.....	52
4.1.2.2.	Deskripsi Informan Pendukung.....	55
4.1.3.	Analisis Hasil Penelitian.....	59
4.1.3.1.	Penetapan Sasaran yang dilakukan oleh Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam Menarik Minat Klien.....	60
4.1.3.2.	Tujuan Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam Menarik Minat Klien.....	65

4.1.3.3.	Pesan Yang Disampaikan Divisi Business Development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam Menarik Minat Klien....	70
4.1.3.4.	Media Yang Digunakan Divisi Business Development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam Menarik Minat Klien....	74
4.1.3.5.	Evaluasi Yang Dilakukan Divisi Business Development PT Excommerce Digital Indonesia Bandung dalam Menarik Minat Klien....	77
4.2.	Pembahasan	80
4.2.1.	Penetapan Sasaran Yang Dilakukan Oleh Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung Dalam Menarik Minat Klien.....	81
4.2.2.	Tujuan Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung Dalam Menarik Minat Klien.....	83
4.2.3.	Pesan Yang Disampaikan Oleh Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung Dalam Menarik Minat Klien.....	86
4.2.4.	Media Yang Digunakan Oleh Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung Dalam Menarik Minat Klien.....	88
4.2.5.	Evaluasi Yang Dilakukan Oleh Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung Dalam Menarik Minat Klien.....	91
4.2.6.	Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung (Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi <i>Business Development</i> PT Excommerce Digital Indonesia Bandung Dalam Menarik Minat Klien)	93
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1.	Kesimpulan	97
5.2.	Saran.....	99
5.2.1.	Saran Untuk PT Excommerce Digital Indonesia	99
5.2.2.	Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	155