

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	12
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Maksud penelitian	12
1.3.2 Tujuan penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN	15

2.1	Tinjauan Pustaka	15
2.1.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	15
2.1.2	Tinjauan Mengenai Komunikasi	17
2.1.2.1	Definisi Komunikasi	17
2.1.2.2	Proses Komunikasi	18
2.1.2.3	Unsur-Unsur Komunikasi	19
2.1.2.4	Fungsi Komunikasi	21
2.1.3	Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran	23
2.1.3.1	Pengertian Pemasaran	23
2.1.3.2	Pengertian Komunikasi Pemasaran	24
2.1.3.3	Strategi Komunikasi Pemasaran	25
2.1.3.4	Proses Komunikasi Pemasaran	29
2.1.3.5	Tujuan Komunikasi Pemasaran	30
2.1.3.6	Media Komunikasi Pemasaran	31
2.1.3.7	Promotional Mix	32
2.2	Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN		44
3.1	Desain Penelitian	44
3.2	Informan Penelitian	45
3.3	Teknik Pengumpulan Data	47
3.3.1	Studi Pustaka	48
3.3.2	Studi Lapangan	50
3.4	Uji Keabsahan Data	52

3.5 Teknik Analisa Data	54
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	55
3.6.1 Lokasi penelitian	55
3.6.2 Waktu Penelitian	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Analisis Objek Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Objek penelitian.....	61
4.1.1.1 Sejarah PT Jaad Food Indonesia	61
4.1.1.2 Struktur dan Tugas Organisasi PT Jaad Food Indonesia	63
4.1.2 Deskripsi Informan Peneliti	67
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci.....	69
4.1.2.2 Deskripsi Informan Kunci	73
4.1.3 Analisis Hasil Peneliti	75
4.1.3.1 Tujuan Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk Kepada Pembeli Domestik.....	76
4.1.3.2 Sasaran Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk Kepada Pembeli Domestik.....	81
4.1.3.3 Media Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk Kepada Pembeli Domestik.....	86
4.1.3.4 <i>Promotional mix</i> PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk Kepada Pembeli Domestik.....	99

4.1.3.5 Evaluasi Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk.....	114
4.2 Pembahasan	116
4.2.1 Tujuan Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk	117
4.2.2 Sasaran Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk	120
4.2.3 Media Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk	124
4.2.4 <i>Promotional mix</i> Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk.....	129
4.2.5 Evaluasi Pemasaran PT Jaad Food Indonesia dalam Memasarkan Produk	139
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	142
5.1 Kesimpulan.....	142
5.2 Saran	144
5.1.1 Saran Bagi PT Jaad Food Indonesia	144
5.1.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	144
DAFTAR PUSTAKA	146
LAMPIRAN.....	149
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	213