

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	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	4
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian	5
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.4.1 Kegunaan Teoritis	5
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	7

2.1	Tinjauan Pustaka.....	7
2.1.1	Penelitian Terdahulu	7
2.1.2	Tinjauan Tentang Komunikasi	9
2.1.2.1	Pengertian Komunikasi	9
2.1.2.2	Unsur- Unsur Komunikasi	10
2.1.2.3	Proses Komunikasi.....	13
2.1.2.4	Fungsi Komunikasi	14
2.1.2.5	Tujuan Komunikasi.....	16
2.1.2.6	Hambatan Komunikasi.....	17
2.1.3	Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.3.1	Definisi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	18
2.1.3.2	Tahap-tahap Strategi Komunikasi Pemasaran	19
2.1.4	Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	21
2.1.4.1	Definisi Komunikasi Pemasaran	21
2.1.4.2	Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	22
2.1.4.4	Strategi Produk.....	23
2.1.4.5	Strategi Harga (<i>price</i>)	27
2.1.4.6	Saluran Distribusi (<i>place</i>).....	28
2.1.4.7	Strategi Promosi (<i>promotion</i>).....	31
2.2	Kerangka Pemikiran	33
2.2.1	Alur Kerangka Pemikiran.....	37
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Desain Penelitian	38

3.2	Informan Penelitian	39
3.2.1	Informan Kunci	40
3.2.2	Informan Pendukung	40
3.3	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.1	Studi Pustaka	41
3.3.2	Studi Lapangan.....	42
3.4	Uji keabsahan Data	43
3.5	Teknis Analisa Data.....	44
3.6	Lokasi Dan Waktu Penelitian	45
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Gambar Objek Penelitian	51
4.1.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya Brand School Merch	51
4.1.1.2	Visi Misi Brand School Merch	52
4.1.1.3	Struktur Organisasi Brand School Merch	53
4.1.2	Deskripsi Indentitas Responden.....	55
4.1.2.1	Informan Kunci	55
4.1.3	Analisis Hasil Penlitian	59
4.1.3.1	Segmentasi Oleh Brand School Merch Dalam Menumbuhkan Minat Beli	60
4.1.3.2	Positioning Oleh Brand School Merch Dalam Menumbuhkan Minat Beli	66

4.1.3.3 Targeting Oleh Brand School Merch Dalam Menumbuhkan Minat Beli	74
4.2 Pembahasan	77
4.2.1 Segementasi Brand School Merch	78
4.2.2 Positioning	83
4.2.3 Targeting	86
4.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran Brand School Merch Di Kabupaten Subang	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN.....	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	130