

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.1. Rumusan Masalah Makro</b> .....	<b>8</b>
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.2. Rumusan Masalah Makro</b> .....	<b>8</b>
<b>1.2.3. Rumusan Masalah Mikro</b> .....	<b>10</b>
<b>1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>1.3.1. Maksud Penelitian</b> .....	<b>10</b>
<b>1.3.2. Tujuan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.5 Kegunaan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4.1 Kegunaan Teoritis</b> .....	<b>11</b>
<b>1.4.2 Kegunaan Praktis</b> .....	<b>12</b>

1.4.2.1.	Kegunaan Bagi Peneliti .....	12
1.4.2.2.	Kegunaan Bagi Akademisi .....	12
1.4.2.3.	Kegunaan Bagi Perusahaan PT X.....	12
<b>BAB II.....</b>		<b>13</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN .....</b>		<b>13</b>
<b>2.1</b>	<b>Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>13</b>
2.1.1.	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	13
2.1.2.	Tinjauan Literatur .....	16
2.1.2.1.	Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi.....	16
2.1.2.2.	Tinjauan Tentang Strategi .....	18
2.1.2.3.	Tinjaun Tentang Strategi Pemasaran .....	19
2.1.2.4.	Tinjauan Tentang Kepercayaan.....	21
2.1.2.5.	Tinjaun Tentang Developer .....	24
<b>2.2</b>	<b>Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>25</b>
<b>BAB III.....</b>		<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
<b>3.1</b>	<b>Desain Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>3.2</b>	<b>Informan Penelitian.....</b>	<b>30</b>
<b>3.3</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>32</b>
3.3.1.	Studi Pustaka .....	32
3.3.1.1.	Referensi Buku .....	33
3.3.1.2.	Penelitian Terdahulu .....	33
3.3.1.3.	Penelusuran Data Online / <i>Internet Searching</i> .....	33
3.3.2.	Studi Lapangan.....	34
3.3.2.1.	Observasi Non-Partisipatif.....	34
3.3.2.2.	Wawancara Mendalam .....	34

3.3.2.3.	Dokumentasi.....	35
3.4	Uji Keabsahan Data.....	35
3.4.1	Peningkatan ketekunan .....	36
3.4.2	Triangulasi .....	36
3.4.3	Membercheck.....	37
3.5	Teknik Analisis Data .....	37
3.5.1.	Reduksi Data.....	37
3.5.2.	Penyajian Data.....	38
3.5.3.	Penarikan Kesimpulan.....	39
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.6.1.	Lokasi Penelitian .....	40
3.6.2.	Waktu Penelitian .....	40
BAB IV	.....	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	.....	42
4.1.	Hasil Penelitian .....	42
4.1.1.	Analisa Hasil Penelitian .....	45
4.1.3.1.	<b>Pull Strategy yang dilakukan PT X dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Rumah di Kawasan Perumahan Y Tangerang</b> 46	
4.1.3.2.	<b>Push Strategy yang dilakukan PT X dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Rumah di Kawasan Perumahan Y Tangerang</b> 49	
4.1.3.3.	<b>Pass Strategy yang dilakukan PT X dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Rumah di Kawasan Perumahan Y Tangerang.</b> 55	
4.2.	Pembahasan.....	57
4.2.1.	<i>Pull Strategy</i> yang dilakukan PT X dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Rumah di Kawasan Perumahan Y Tangerang .....	57

4.2.2.	<i>Push Strategy</i> yang dilakukan PT X dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Rumah di Kawasan Perumahan Y Tangerang .....	60
4.2.3.	<i>Pass Strategy</i> yang dilakukan PT X dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Rumah di Kawasan Perumahan Y Tangerang .....	63
4.2.4.	Strategi Pemasaran PT X dalam Membangun Kepercayaan Pembeli Rumah di Kawasan Perumahan Y Tangerang .....	65
<b>BAB V .....</b>		<b>71</b>
<b>PENUTUP .....</b>		<b>71</b>
5.1.	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>71</b>
5.2.	<b>Saran .....</b>	<b>72</b>
5.2.1.	<b>Saran Bagi PT X.....</b>	<b>72</b>
5.2.2.	<b>Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....</b>	<b>73</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>78</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>		<b>89</b>