DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN..... i

SURAT PERNYATAAN ii

MOTTO iii

ABSTRACT ……..... iv

ABSTRAK..... v

KATA PENGANTAR..... vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR..... xvi

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Perumusan Masalah.....2

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....3

1.4 Kegunaan Penelitian.....3

1.4.1 Kegunaan Operasional.....3

1.4.2 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....3

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian.....4

1.5.1 Lokasi Penelitian.....4

1.5.2 Waktu Penelitian.....4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Pustaka.....5

2.1.1 Pemasaran.....5

2.1.1.1 Pengertian Pemasaran…….....5

2.1.1.2 *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran).....6

2.1.2 Promosi.....11

2.1.2.1 Pengertian Promosi.....11

2.1.2.2 Proses Komunikasi.....12

2.1.2.3 Tujuan Promosi.....14

2.1.2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Promosi.....15

2.1.3 Bauran Promosi.....16

2.1.3.1 Cara untuk melakukan promotion mix.....16

2.1.3.2 Tujuan *Promotion Mix*.....20

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....20

2.1.4 Media …….....22

2.1.4.1 Pengertian Media.....22

2.1.4.2 Jenis Media.....23

2.1.4.3 Karakteristik media.....23

2.1.5 Media Internet.....26

2.1.5.1 Pengertian Internet.....26

2.1.5.2 Media Internet (Media *Online*).....27

2.1.5.3 Promosi melalui media internet.....29

2.1.5.4 Menempatkan Iklan dan Promosi *Online*.....32

2.2 Kerangka Pemikiran.....36

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....38

3.2 Metode Penelitian 38

3.2.1 Desain Penelitian.....39

3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....39

3.2.3 Sumber dan Tekhnik Penentuan Data.....41

3.2.3.1 Sumber Data.....41

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data.....42

3.2.3.2.1 Populasi.....42

3.2.3.2.2 Sampel.....42

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....44

3.2.5 Rancangan Analisis.....45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perusahaan.....48

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....48

4.1.2 Sejarah Singkat Perusahaan.....48

4.1.3 Struktur Organisasi Toko Variasi 53 Bandung.....49

4.1.4 Deskripsi Jabatan.....50

4.1.5 Aspek Kegiatan Perusahaan.....51

4.2 Pembahasan Penelitian.....52

4.2.1 Profil Responden.....52

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Analisis Promosi Melalui Media Internet.....57

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....81

5.2 Saran.....81

DAFTAR PUSTAKA.....83

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP