DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PERSEMBAHAN i

LEMBAR PENGESAHAN ii

LEMBAR PERNYATAAN iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Rumusan Masalah 5

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 5

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.3.1 Maksud Penelitian 6

1.3.2 Tujuan Penelitian 6

1.4 Kegunaan Penelitian 6

1.4.1 Kegunaan Teoritis 6

1.4.2 Kegunaan Praktis 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka 8

2.1.1 Hasil Penelitian Terdahulu 8

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi 10

2.1.2.1 Definisi Komunikasi. 10

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi 13

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi 16

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi 17

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Pemasaran. 19

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran 19

2.1.4 Tinjauan Tentang Bauran Promosi 23

2.1.4.1 Pengertian Bauran Promosi 23

2.1.4.2 Tujuan Strategi Promosi 25

2.1.4.3 Fungsi Promosi 28

2.1.5 Tinjauan Tentang Pelanggan 28

2.1.5.1 Pengertian Pelanggan 28

2.1.5.2 Kepuasan Pelanggan 29

2.1.5.3 Definisi Minat 31

2.1.5.4 Definisi Minat Pelanggan 32

2.2. Kerangka Pemikiran 33

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian 42

3.1.1 Desain Penelitian 43

3.2 Informan Penelitian.....46

3.2.1 Teknik Penentuan Informan.....46

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....51

3.3.1 Studi Lapangan.....51

3.3.2 Studi Pustaka.....55

3.4 Uji Keabsahan Data.....56

3.5 Teknik Analisa Data.....58

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian. 61

3.6.1 Lokasi Penelitian. 61

3.6.2 Waktu Penelitian. 61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 63

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 68

4.1.1.1 Sejarah Singkat *Nuart Sculpture Park* 68

4.1.1.2 Visi dan Misi *Nuart Sculpture Park* 70

4.1.1.3 Struktur Organisasi *Nuart Sculpture Park*.....71

4.1.1.4 *Job Description Nuart Sculpture Park*.....72

4.1.2 Deskripsi Identitas Informan Penelitian 73

4.1.3 Hasil Penelitian 80

4.1.3.1 Periklanan *(Advertising)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan……...81

4.1.3.2 Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan……..92

4.1.3.3 Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan……101

4.1.3.4 Penjualan Personal *(Personal Selling)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan……106

4.1.3.5 Bauran Promosi Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan Periklanan ……112

4.2 Pembahasan ……...115

4.2.1 Periklanan *(Advertising)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan……..116

4.2.2 Promosi Penjualan *(Sales Promotion)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan…….....120

4.2.3 Pemasaran Langsung *(Direct Marketing)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan…….122

4.2.4 Penjualan Personal *(Personal Selling)* Yang Dilakukan *Nuart Sculpture Park* Dalam Menarik Minat Pelanggan…….124

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan 127

5.2 Saran 129

5.2.1 Saran Bagi Nuart Sculpture Park.....129

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....130

DAFTAR PUSTAKA.....130

LAMPIRAN 133

DAFTAR RIWAYAT HIDUP 186