

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Bagi Pengembangan Ilmu	6
1.4.2 Bagi Institusi	6
1.4.3 Bagi Mahasiswa yang Bersangkutan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Teori yang Relevan.....	11
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran	11
2.2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	14
2.2.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	15
2.3 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Pendekatan Penelitian	23
3.2 Unit Analisis	23
3.3 Penentuan Informan.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4.1 Data Primer	25
3.4.2 Data Sekunder.....	27
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.6 Lokasi Penelitian.....	29
3.7 Jadwal Penelitian	29

BAB IV PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Lokus Penelitian.....	30
4.1.1 Profil GOR D'One <i>Sports Centre</i>	30
4.1.2 Visi dan Misi GOR D'One <i>Sports Centre</i>	30
4.1.3 Logo D'One <i>Sports Centre</i>	31
4.1.4 Struktur Organisasi.....	31
4.2 Profil Informan	32
4.3 Hasil dan Analisis Data.....	32
4.3.1 Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan	33
4.3.2 Hambatan yang Dihadapi D'One <i>Sports Centre</i>	45
4.4 Pembahasan	48
4.5 Implikasi	64
4.5.1 Implikasi Teoritis.....	64
4.5.2 Implikasi Praktis	64
 BAB V PENUTUP.....	 65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
 DAFTAR PUSTAKA	 67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	65
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	77