DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vi
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xii

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Manfaat Penelitian 5
E. Penelitian Terdahulu 6
F. Definisi Konsep 9
G. Kerangka Pikir Penelitian 12
H. Metode Penelitian 13
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 13
2. Subyek, Objek dan Lokasi Penelitian 14
3. Jenis dan Sumber Data 16
4. Teknik pengumpulan Data 16
5. Teknik Analisis Data 18
6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 19
I. SISTEMATIKA PEMBAHASAN 20

BAB II KAJIAN TEORITIS 22
A. Kajian Pustaka 22
1. Komunikasi Pemasaran 22
1.2 Strategi Komunikasi Pemasaran 26
2. Bauran Pemasasran 35
3. Internet Marketing 37
B. Kajian Teori 47

BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN 50
A. Profil Data 50
1. Subyek Penelitian 50
2. Obyek Penelitian 52
3. Lokasi Penelitian 52
B. Deskripsi Data 53
1. Strategi komunikasi Nolza Key Shoppy 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1.2 Bauran Pemasaran Nolza Key Shoppy..... 61
2. Penenarapan Inrternet Marketing Nolza Key Shoppy 69

BAB IV INTERPRETASI HASIL PENELITIAN 77
A. Analisis Data 77
B. Konfirmasi Temuan Data dengan Teori 94

BAB V PENUTUP.....
A. Kesimpulan..... 99
B. Rekomendasi 102

DAFTAR PUSTAKA xiii

LAMPIRAN..... xvi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1..... 7
Tabel 3.1..... 59
Tabel 3.2..... 72

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id