

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	v
PEDOMAN LITERASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	11
1. Secara Praktis.....	11
2. Secara Teoritis.....	11
BAB II KERANGKA TEORITIS.....	12
A. Landasan Teori.....	12
1. Komunikasi.....	12
2. Pemasaran.....	16
3. Komunikasi Pemasaran.....	22
4. Bauran Promosi/Komunikasi Pemasaran.....	32

5. Daya Saing.....	38
B. Penelitian Terdahulu.....	41
C. Kerangka Pemikiran	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Metode Penelitian.....	49
B. Sumber Data	50
1. Data Primer.....	50
2. Data Sekunder	51
C. Teknik Pengumpulan Data.....	51
1. Observasi	51
2. Wawancara	52
3. Dokumentasi.....	52
D. Instrumen Penelitian.....	53
E. Uji Kredibilitas Data	53
1. Ketekunan/Keajegan Pengamatan.....	53
2. Triangulasi.....	54
F. Teknik Analisis Data.....	54
1. Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>).....	55
2. Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	55
3. Kesimpulan (<i>Conclusion Drawing/Verification</i>)	55
G. Waktu dan Tempat Penelitian.....	56
1. Waktu Penelitian	56
2. Tempat penelitian	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A. Gambaran Umum TB. Barokah Kabupaten Cirebon	57

1. Sejarah dan Profil TB. Barokah Kabupaten Cirebon	57
2. Visi dan Misi TB. Barokah Cirebon.....	57
3. Struktur Organisasi TB. Barokah Cirebon	58
B. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	59
1. Profil Responden	59
2. Analisis penerapan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan daya saing pada TB. Barokah kabupaten Cirebon	59
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
A. Simpulan	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 2.1. Proses Komunikasi	14
Gambar. 2.2. Konsep Inti Pemasaran	20
Gambar. 2.3. Bauran Pemasaran	20
Gambar. 2.4. Bauran Promosi	27
Gambar. 2.5. Kerangka Pemikiran	48
Gambar. 4.6. Struktur Organisasi TB. Barokah.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel. 1.1. Penjualan TB. Barokah	5
Tabel. 1.2. Pesaing TB. Barokah.....	9
Tabel. 2.3. Contoh Alat Bauran Komunikasi Pemasaran	40
Tabel. 2.4. Perbandingan Penelitian Terdahulu	41
Tabel. 3.5. Waktu Penelitian	56
Tabel. 4.6. Profil Responden	59