

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	5
F. Definisi Konsep.....	6
G. Kerangka Pikir Penelitian	10
H. Metode Penelitian.....	12
1. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	12
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian	13
3. Jenis dan Sumber Data.....	14
4. Tahap – Tahap Penelitian.....	15
5. Teknik Pengumpulan Data.....	17
6. Teknis Analisa Data	18
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	20
I. Sistematika Pembahasan	21
BAB II : KAJIAN TEORITIS	
A. Kajian Pustaka.....	23
1. Management Event.....	23
2. Strategi	27
3. Strategi komunikasi.....	30
4. Komunikasi pemasaran	33
5. Strategi pemasaran	36
B. Kajian Teori	37
1. Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	37
2. Direct Marketing	41
3. Sales Promotion	42
4. Public Relations/MPR.....	42
5. Personal Selling.....	43
6. Advertising.....	43
7. Publicity	44

	8. Events/Sponsorship.....	44
	9. Interactive Marketing.....	45
BAB III	: PENYAJIAN DATA	
	A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian.....	46
	1. Deskripsi Subyek Penelitian	46
	2. Obyek Penelitian	49
	3. Lokasi penelitian	49
	4. Profil Surabaya Juang	49
	B. Deskripsi Data Penelitian.....	56
BAB IV	: ANALISIS DATA	
	A. Temuan Penelitian.....	73
	B. Konfirmasi Temuan dengan Teori	90
BAB V	: PENUTUP	
	A. Simpulan	95
	B. Rekomendasi	97

DAFTAR PUSTAKA
BIODATA PENULIS
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1.1	5
-----------	-------	---

DAFTAR GAMBAR

Bagan 1.1	Kerangka Pikir Penelitian	10
Gambar 3.1	Logo Surabaya Juang 2012	53
Gambar 3.2	Pot Frame Surabaya Juang 2012	71
Gambar 3.3	Baliho Surabaya Juang 2012	72