DAFTAR ISI

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

BAB I : PENDAHULUAN 1
A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 4
C. Tujuan Penelitian 4
D. Manfaat Penelitian 4
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 5
F. Definisi Konsep 7
G. Kerangka Pikir Penelitian 8
H. Metode Penelitian 10
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 10
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 11
3. Jenis dan Sumber Data 12
4. Tahap-tahap Penelitian 14
5. Teknik Pengumpulan 15
6. Teknik Analisis Data 16
7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 16
I. Sistematika Pembahasan 17

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

BAB II : KAJIAN TEORITIS 20
A. Kajian Pustaka 20
1. Proses Komunikasi Persuasif 20
2. Pola Komunikasi Persuasif 29
B. Kajian Teoritik 38

BAB III : PENYAJIAN DATA 42
A. Diskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian 42
1. Diskripsi Subyek Pnelitian 42
2. Diskripsi Obyek Penelitian 46
3. Diskripsi Lokasi Penelitian 46
B. Deskripsi Data Penelitian 71
1. Proses Komunikasi Persuasif BUSER *Yellow Pages* Dalam Mencari Calon Pelanggan 71
2. Pola Komunikasi Persuasif BUSER *Yellow Pages* Terhadap Calon Pelanggan 83

BAB IV : ANALISIS DATA 87
A. Temuan Penelitian 87
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 94

BAB V : PENUTUP 97
A. Simpulan 97
B. Rekomendasi 99

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

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 2.1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 5
Tabel 2.2 BUSER Yang Menjadi Informan Penelitian 43
Tabel 2.3 *Customer* Yang Menjadi Informan Penelitian..... 45

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 GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian 8
Gambar 2.2 *Changing Attitudes & Behavior* 26
Gambar 2.3 *The Cognitive Respons* 27
Gambar 2.4 Bagan Organisasi PT. Infomedia Nusantara Cabang Surabaya (Regional 2) 52
Gambar 2.5 Produk PT. Infomedia Nusantara 53
Gambar 2.6 Produk PT. Infomedia Nusantara 53
Gambar 2.7 Hasil Riset *Field Survey* Indonesia 66
Gambar 2.8 Logo PT. Infomedia Nusantara 70

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