DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN iv
KATA PENGANTAR v
ABSTRAK vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR TABEL xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 8
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 9
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 9
F. Definisi Konsep 11
G. Kerangka Pikir Penelitian 15
H. Metode Penelitian 19
   1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 19
   2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian 20
   3. Jenis dan Sumber Data 21
   4. Tahap-tahap Penelitian 24
   5. Teknik Pengumpulan Data 26
   6. Teknik Analisis Data 29
   7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data 30
I. Sistematika Pembahasan 32

BAB II *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS

A. *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan Produktivitas 33
   1. Pengertian *Integrated Marketing Communication* 33
   2. Bauran Komunikasi Pemasaran 38
   3. Model *Integrated Marketing Communication* 49
   4. Peran *Integrated Marketing Communication* dalam Pemasaran 58
B. Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Produktivitas 66
   1. Komunikasi Pemasaran 66
   2. Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Produktivitas 71

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

C. Peran *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan Produktivitas 73
1. Peran *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan Produktivitas 73
2. Pengertian Produktivitas 74
3. Peran Peningkatan Produktivitas dalam Perusahaan..... 75
D. Teori *Marketing Mix* 76

BAB III *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS

A. Deskripsi Subyek Penelitian 81
1. Profil CV. Paradila..... 81
2. Profil Informan 89
B. Data tentang *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan Produktivitas 91
1. Penerapan *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatkan Produktivitas 91
2. Model *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatan Produktivitas 102
3. Faktor yang Menghambat *Integrated Marketing Communication* dalam Meningkatan Produktivitas 116

BAB IV ANALISIS DATA *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION* CV. PARADILA DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS

A. Temuan Penelitian 120
B. Konfirmasi Temuan dan Teori 134

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan..... 142
B. Rekomendasi 144

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 GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pikir Penelitian 17
Gambar 2.1. Model *Integrated Marketing Communication* 51
Gambar 2.2. Proses *Integrated Marketing Communication* 61
Gambar 2.3. Proses Pemasaran 63
Gambar 3.1. Struktur Organiasi Perusahaan 84
Gambar 3.2. Motif Kain Tenun Ikat 90
Gambar 3.3. Logo Perusahaan 95
Gambar 3.4. *Packaging* Produk CV. Paradila 95
Gambar 3.5. Alat Tenun Ikat Bukan Mesin 97
Gambar 3.6. Alur Produksi Kain Tenun Ikat 98
Gambar 3.7. Produk Busana Kain Tenun Ikat 100
Gambar 3.8. Liputan Televisi Nasional & Lokal 104
Gambar 3.9. Yak & Yuk Lamongan 106
Gambar 3.10. Proses Pemasaran Langsung 107
Gambar 3.11. Piagam Rekor Muri 109
Gambar 3.12. Penjualan Personal 111
Gambar 3.13. Facebook CV. Paradila 112
Gambar 3.14. Instagram CV. Paradila 112

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. Produktivitas CV. Paradila..... 7
Tabel 2.1. Karakteristik Media Periklanan 41
Tabel 2.2. Bauran Komunikasi Pemasaran 48

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