

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
F. Definisi Konsep.....	10
G. Kerangka Pikir Penelitian.....	11
H. Metode Penelitian.....	14
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	14
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian.....	15

	3. Jenis dan Sumber Data	16
	4. Tahapan Penelitian	17
	5. Teknik Pengumpulan Data	18
	6. Teknik Analisis Data	20
	7. Sistematika Pembahasan	25
BAB II	: KAJIAN TEORETIS	27
	A. Kajian Pustaka	27
	1. Konsep Dasar Komunikasi Pemasaran	27
	2. Strategi Komunikasi Pemasaran	37
	B. Kajian Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i>)	38
BAB III	: PAPARAN DATA PENELITIAN	48
	A. Profil Data	48
	1. Subyek Penelitian	48
	a. Profil PPPA Daarul Qur'an	48
	b. Profil Marketing Gallery Daarul Qur'an Surabaya	54
	c. Profil Rumah Tahfidz Binaan Putra Surabaya	66
	2. Objek Penelitian	69
	3. Lokasi Penelitian	69
	B. Deskripsi Data Penelitian	69
BAB IV	: INTERPRETASI HASIL PENELITIAN	76

A. Analisis Data	76
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori.....	85
BAB V : PENUTUP	95
A. Simpulan.....	95
B. Rekomendasi	95
DAFTAR PUSTAKA	97
BIODATA PENULIS	99
PANDUAN WAWANCARA.....	100
TRANSKRIP WAWANCARA.....	101
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	106
SURAT IZIN PENELITIAN.....	107
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI.....	108