

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	9
1.4.1 Maksud Penelitian	9
1.4.2 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Manfaat Akademis	9
1.5.2 Manfaat Teoritis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teoritis.....	19
2.3 Landasan Konseptual	30
2.3.1 Tinjauan Umum Komunikasi.....	30
2.3.2 Strategi Komunikasi Pemasaran	36
2.3.3 Komunikasi <i>Word Of Mouth</i>	46
2.4 Kerangka Pemikiran.....	51
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Desain Penelitian Kualitatif.....	52

3.2 Pendekatan Penelitian Studi Deskriptif Kualitatif	53
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.3.1 Sumber Data Penelitian	53
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.2.1 Wawancara Mendalam	55
3.3.2.2 Studi Pustaka.....	56
3.3.2.3 Observasi.....	57
3.3.2.4 Dokumentasi	58
3.4 Metode Analisis Data.....	59
3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	61
3.6 Informan	67
3.6.1 Akses Informan	68
3.6.2 Ciri-ciri Informan	68
3.6.3 Profil Informan.....	69
3.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	70
3.7.1 Lokasi Penelitian	70
3.7.2 Waktu Penelitian	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	72
4.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Strategi Segmentasi Pemasaran Ngadimsum Melalui <i>Word of Mouth</i>	74
4.2.1.1 Strategi Pemasaran Ngadimsum.....	75
4.2.1.2 Strategi Pemasaran Menarik Ngadimsum.....	76
4.2.1.3 Strategi Pemasaran Ngadimsum yang Efektif	78
4.2.1.4 <i>Word of Mouth</i> kepada Konsumen	79
4.2.1.5 Segmentasi Pemasaran pada Ngadimsum.....	80
4.2.1.6 Segmentasi Demografis pada Ngadimsum	82
4.2.1.7 Segmentasi Psikografis pada Ngadimsum	83
4.2.1.8 Segmentasi Berdasarkan Perilaku pada Ngadimsum	85

4.2.1.9 Segmentasi Berdasarkan Perilaku pada Ngadimsum	86
4.2.2 Target Pemasaran Ngadimsum melalui <i>Word of Mouth</i>	87
4.2.2.1 Targeting Pemasaran Ngadimsum.....	88
4.2.2.2 Targeting dari Ngadimsum yang Menjadi Daya Tarik.....	89
4.2.2.3 Apakah Targeting Pemasaran Ngadimsum yang Efektif.....	90
4.2.3 Strategi Penempatan Target Pemasaran Ngadimsum Melalui <i>Word of Mouth</i>	91
4.2.3.1 Positioning Pemasaran Ngadimsum	92
4.2.3.2 Positioning Ngadimsum untuk Mendapatkan Konsumen	93
4.2.3.3 Apakah Positioning Pemasaran Ngadimsum yang Efektif.....	94
4.3 Pembahasan	95
4.3.1 Strategi Segmentasi Pemasaran Ngadimsum Melalui <i>Word of Mouth</i>	95
4.3.2 Target Pemasaran Ngadimsum melalui <i>Word of Mouth</i>	98
4.3.3 Strategi Penempatan Target Pemasaran Ngadimsum Melalui <i>Word of Mouth</i>	99
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	104
5.1 Simpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Akademis	105
5.2.1 Saran Praktis	105
DAFTAR PUSTAKA	106
GLOSARIUM.....	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Bagan Hasil Penelitian	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Profil Informan.....	36