

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
BIODATA PENULIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xx

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
1. Industri frozen food	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Manfaat Teoritis.....	6

BAB II KAJIAN TEORI

A. Strategi Produk (<i>Integrated Marketing Communication</i>).....	9
1. Pengertian <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	9
a. <i>Identifying the target audience</i>	10
1. Target audiens	11
a. Demografis	11
b. Geografis	11
c. Psikografis	11
2. Riset kompetitor	12

a. Riset langsung	12
b. Riset tidak langsung	12
3. Positioning	12
b. <i>Determining the communication objectives</i>	13
c. <i>Designing a message</i>	14
1. Isi pesan	15
2. Struktur Pesan	15
3. Format pesan	16
d. <i>Choosing communication channels and media</i>	17
a. Saluran komunikasi pribadi	17
b. Saluran komunikasi nonpersonal	18
e. <i>Selecting the message source</i>	19
f. <i>Setting the total promotion budget mix</i>	20
a. <i>affordable method</i>	21
b. <i>Percentage of sales method</i>	21
c. <i>Competitive parity metode</i>	21
g. <i>Shaping the overall promotion mix</i>	23
1. Advertising	24
2. Personal Selling	25
3. Sales promotion	25
4. Public Relation	27
5. <i>Direct Marketing and Digital Marketing</i>	28
h. <i>Collecting feedback</i>	29
B. <i>Loyalitas Consumen</i>	29
1. Pengertian loyalitas konsumen	29

2. Karakteristik Loyalitas	31
3. Dimensi loyalitas	32
a. Repeat purchase	32
b. Retention	34
c. Referrals	34
C. Penelitian Terdahulu.....	36
D. Kerangka Konseptual.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	44
B. Metode Penelitian	45
C. Sifat Penelitian.....	45
D. Penjelasan Konsep	46
E. Informan dan Sumber Informasi.....	47
1. Sumber Data Penelitian.....	47
2. Informan Penelitian.....	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	49
1. Wawancara.....	49
2. Instrumen Penelitian.....	51
G. Teknik Analisis Data	52
H. Uji Keabsahan Data	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Sakana Frozen Food	56
B. Hasil Penelitian.....	57

1. Strategi <i>Integrated marketing communication</i>	58
a. <i>Identifying target audience</i>	58
b. <i>Determining the communication objective</i>	62
c. <i>Designing Message</i>	66
d. <i>Choosing communication channels and media</i>	69
e. <i>Selecting the message source</i>	69
f. <i>Setting the total promotion mix</i>	70
g. <i>Shaping the overall promotion Mix</i>	71
h. <i>Collecting feedback</i>	78
2. <i>Loyalitas</i>	79
a. <i>Repeat Purchase</i>	79
b. <i>Retention</i>	80
c. <i>Rereffals</i>	80
C. Pembahasan	85
1. Strategi <i>Integrated marketing communication</i> dalam membangun loyalitas produk	
Sakana frozen food.....	81
a. Perencanaan.....	82
b. Pelaksanaan	
c. Evaluasi	74
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95

