

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Kegunaan Penelitian .....	10
E. Definisi Istilah.....	12
F. Kajian Penelitian Terdahulu .....	12
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Tinjauan tentang Manajemen Pemasaran .....	17
B. Tinjauan tentang Strategi Pemasaran .....	18
C. Tinjauan tentang Komunikasi Pemasaran.....	24
D. Tinjauan Tentang <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> ...	26
E. Tinjauan tentang <i>Brand Awareness</i> .....	38
F. Tinjauan Tentang MUA.....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	41
B. Kehadiran Peneliti.....	41
C. Lokasi Penelitian.....	42
D. Sumber Data .....	43
E. Prosedur Pengumpulan Data.....	44

F. Analisis Data.....	47
G. Pengecekan Keabsahan Data .....	49
H. Tahap-tahap Penelitian .....	51
<b>BAB IV PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, PEMBAHASAN</b>	
A. Profil MUA Sofia Arofah .....	53
B. Paparan Data .....	55
C. Temuan Penelitian .....	65
D. Pembahasan .....	67
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	85
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>92</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>116</b>