

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR BAGAN DAN TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Pemikiran	7
1. Perencanaan Strategis Komunikasi Pemasaran	7
2. Pengembangan Produk Baru.....	12
3. <i>Customer Involvement</i>	14
F. Kerangka Konsep.....	17
G. Metodologi	23
1. Metode Penelitian.....	23
2. Subjek dan Objek Penelitian	24
3. Teknik Pengumpulan Data	25
4. Analisis Data.....	28
BAB II DINAMIKA PEMANFAATAN KONSEP PERENCANAAN STRATEGIS DAN CUSTOMER INVOLVEMENT.....	29
A. Sejarah dan Perkembangan Perencanaan Strategis dalam Periklanan	29
B. Peran Perencanaan Strategis dalam Periklanan.....	33
C. Sejarah dan Perkembangan <i>Customer Involvement</i>.....	36