

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i> .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Batasan Masalah .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Umbi Garut.....	8
2.2 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	8
2.3 Manajemen <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> .....	14
2.4 <i>Brand Equity</i> .....	18

2.5 Software NVivo .....	20
2.6 PLS-SEM.....	24
2.7 Model Penelitian .....	27
2.8 Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Objek dan Pelaksanaan Penelitian .....	33
3.3 Metode Kualitatif .....	33
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3.2 Deskripsi Data .....	35
3.3.3 Pengolahan dan Analisis Data .....	35
3.4 Metode Kuantitatif .....	37
3.4.1 Populasi dan Sampel.....	37
3.4.2 Pengolahan dan Analisis Data .....	38
3.5 Diagram Penelitian.....	41
<b>BAB IV HASIL PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1 Profil Perusahaan .....	44
4.2 Implementasi <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	45
4.3 Manajemen <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	50
4.3.1 Perencanaan <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC).....	50
4.3.2 Strategi IMC <i>Mix</i> .....	72
4.3.3 Evaluasi dan Kontrol .....	92
4.4 Uji Coba Kuesioner Penelitian.....	101
4.4.1 Uji Validitas.....	101
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	102
4.5 Profil Responden.....	103
4.5.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	103
4.5.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	104

4.5.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	105
4.5.4 Profil Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan Terakhir .....	106
4.5.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	107
4.5.6 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan .....	108
4.5.7 Profil Responden Berdasarkan Jangka Waktu Telah Mengetahui Produk.....	108
4.5.8 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	109
4.5.9 Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Produk.....	110
4.6 Pengukuran Outer Model dengan PLS-SEM.....	111
4.6.1 Uji Validitas.....	111
4.6.2 Uji Reliabilitas .....	114
4.7 Pengukuran Inner Model dengan PLS-SEM.....	115
4.7.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>R-Square</i> ) .....	115
4.7.2 Hasil Uji <i>Q-Square</i> .....	116
4.8 Hasil Pengujian Hipotesis.....	117
4.9 Keterkaitan Hasil NVIVO dengan Hasil PLS-SEM.....	119
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>129</b>
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran.....	130
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>131</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>137</b>