

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	3
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1. Tujuan Penulisan	5
2. Kegunaan Penulisan	5
E. Sistematika penulisan	6
 BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	
A. Kajian Teori	7
1. Strategi	7
2. Komunikasi	9
3. Pemasaran	10
4. Komunikasi Pemasaran	12
5. Persaingan bisnis	24
B. Kajian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	30
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
C. Sumber Data	33
1. Sumber Data Primer	33
2. Sumber Data Sekunder	33
D. Informan Penelitian	34



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Wawancara.....	34
2. Observasi.....	35
3. Dokumnetasi	35
F. Validitas Data.....	35
G. Teknik Pengumpulan data.....	36

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Rumah Sakit Permata Hati Duri.....	37
B. Visi dan Misi Rumah Sakit Permata Hati Duri.....	38
1. Visi.....	38
2. Misi	38
C. Falsafah dan Motto Rumah Sakit Permata Hati Duri.....	39
D. Tugas Public Relations Rumah Sakit Permata Hati.....	39
E. Struktur Organisasi Rumah Sakit Permata hati Duri	39
F. Logo Rumah Sakit Permata Hati.....	41
G. Komitmen dan Tujuan Rumah Sakit Permata Hati.....	41
H. Fasilitas dan Cangkupan Pelayanan	41

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	46
B. Pembahasan.....	62
1. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (<i>Personal selling</i>).....	62
2. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (<i>Advertaising</i>).....	63
3. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (<i>Sales Promotion</i>).....	65
4. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (<i>Sponsorship Marketing</i>).....	66
5. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (<i>Publicity</i>).....	67
6. Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran (<i>Point of Purchase Cummucation</i>).....	68

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.....