

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
Abstract	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Identifikasi Dan Batasan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Penegasan Istilah	8

G. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
1. Strategi	11
a) Pengertian Strategi	11
b) Tahapan Strategi	13
c) Tipe-Tipe Strategi	14
2. Promosi	15
a) Pengertian Promosi	15
b) Fungsi Promosi	40
c) Tujuan Khusus Promosi	43
d) Sasaran Promosi	45
B. Penelitian Terdahulu	46
C. Kerangka Pemikiran	51
BAB III METODE PENELITIAN	53
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	53
B. Lokasi Penelitian	54
C. Kehadiran Peneliti	55
D. Data Dan Sumber Data	55
E. Teknik Pengumpulan Data	56
F. Teknik Analisis Data	58

G. Pengecekan Keabsahan Temuan	60
H. Tahap-Tahap Penelitian	62
BAB IV KAJIAN PUSTAKA	64
A. Profil Argia Academy Indonesia	64
1. Sejarah Argia Academy Indonesia	64
2. Struktur Organisasi	65
3. Visi Dan Misi	68
4. Program Perkuliahan	69
5. Kurikulum	70
6. Sasaran Dan Prospek Masa Depan	72
B. Temuan Penelitian	73
1. Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	73
a) Bauran Periklanan (<i>Advertising</i>)	73
b) Bauran Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	76
c) Bauran Penjualan Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	79
d) Bauran Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	81
e) Bauran Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	83
2. Kendala Yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Sdalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	85

3.	Solusi Terhadap Kendala Yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Argia Academy Indonesia dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	87
C.	Analisis Data	90
1.	Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	90
2.	Kendala Yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Sdalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	92
3.	Solusi Terhadap Kendala Yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Argia Academy Indonesia dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	93
BAB V PEMBAHASAN		94
A.	Pembahasan Tentang Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Dalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	94
1.	Bauran Periklanan (<i>Advertising</i>)	96
2.	Bauran Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)	98
3.	Bauran Penjualan Langsung (<i>Direct Marketing</i>)	99
4.	Bauran Penjualan Personal (<i>Personal Selling</i>)	100
5.	Bauran Hubungan Masyarakat (<i>Public Relation</i>)	101

B. Pembahasan Tentang Kendala Yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Sdalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	103
C. Pembahasan Tentang Solusi Terhadap Kendala Yang Dihadapi Dalam Pelaksanaan Strategi Promosi Argia Academy Indonesia Sdalam Upaya Peningkatan Jumlah Peserta Didik Baru	106
BAB VI PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran	111

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN