

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	10
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	11
1.3.1 Maksud Penelitian	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	12
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	14

2.1 Tinjauan Pustaka	14
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	14
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	16
2.1.2.1 Definisi Komunikasi	16
2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi	18
2.1.2.3 Tujuan Komunikasi	20
2.1.2.4 Proses Komunikasi	22
2.1.2.5 Fungsi Komunikasi	25
2.1.3 Tinjauan Tentang Strategi	25
2.1.3.1 Pengertian Strategi	25
2.1.3.2 Tipe-Tipe Strategi	27
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi.....	28
2.1.4.1 Tujuan Strategi Komunikasi	29
2.1.4.2 Fungsi Strategi Komunikasi	29
2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	31
2.1.5.1 Pengertian Pemasaran	31
2.1.5.2 Pengertian Komunikasi Pemasaran	32
2.1.5.3 Jenis-Jenis Model Komunikasi Pemasaran.....	33
2.1.5.4 Tujuan Pemasaran.....	34
2.1.6 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran	35
2.1.7 Tinjauan Tentang Minat Beli	37
2.1.8 Tinjauan Tentang Konsumen	38
2.1.8.1 Pengertian Konsumen	38
2.1.8.2 Perilaku Konsumen.....	39
2.1.9 Tinjauan Tentang <i>Coffee Shop</i>	40

2.2 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Desain Penelitian	49
3.2 Informan Penelitian	50
3.2.1 Informan Kunci	51
3.2.2 Informan Pendukung	52
3.3 Teknik Pengumpulan Data	53
3.3.1 Studi Pustaka	53
3.3.2 Studi Lapangan	54
3.4 Uji Keabsahan Data	55
3.5 Teknik Analisa Data	57
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	59
3.6.1 Lokasi Penelitian	59
3.6.2 Waktu Penelitian	59
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil penelitian	61
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	68
4.1.1.1 Sejarah Singkat Coffee Shop Siloka	68
4.1.1.2 Struktur Perusahaan	69
4.1.2 Deskripsi Informan	70
4.1.2.1 Deskripsi Informan Kunci	70
4.1.2.2 Deskripsi Informan Pendukung	73
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian	77

4.1.3.1 Penetapan Tujuan Pemasaran <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen di Kabupaten Sumedang	78
4.1.3.2 Penetapan Sasaran Pemasaran <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	82
4.1.3.3 Media Pemasaran <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	86
4.1.3.4 Pengembangan Promotional Mix <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	89
4.1.3.5 Evaluasi <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang.....	93
4.2 Pembahasan	97
4.2.1 Penetapan Tujuan Pemasaran <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	97
4.2.2 Penetapan Sasaran Pemasaran <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	102
4.2.3 Media Pemasaran <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	106
4.2.4 Pengembangan Promotional Mix <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	111
4.2.5 Evaluasi <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang.....	117
4.2.6 Strategi Komunikasi Pemasaran <i>Coffee Shop Siloka</i> Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kabupaten Sumedang	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Kesimpulan.....	123

5.2 Saran.....	125
5.2.1 Saran Bagi Coffee Shop Siloka.....	125
5.2.2 Saran bagi peneliti selanjutnya.....	126
DAFTAR PUSTAKA	128
LAMPIRAN-LAMPIRAN	130
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	172