

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.2.1 Masalah Makro.....	6
1.2.2 Masalah Mikro	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIRAN.....	10
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	10

2.2 Kajian Pustaka	12
2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	12
2.2.1.1 Fungsi Komunikasi	13
2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.2.1 Fungsi Komunikasi Pemasaran	16
2.2.2.2 Kredibilitas Sumber Dalam Komunikasi Pemasaran	18
2.2.2.3 Daya Tarik Sumber Dalam Komunikasi Pemasaran.....	19
2.2.3 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi	20
2.2.3.1 Sifat dan Bentuk Strategi Komunikasi	20
2.2.3.2 Komponen dan Indikator Strategi Komunikasi.....	22
2.2.4 Tinjauan Tentang Coffee Shop	23
2.2.5 Tinjauan Tentang Barista	24
2.2.6 Tinjauan Tentang Loyalitas Pelanggan.....	26
2.3 Kerangka Pikiran	28
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.2 Informan Penelitian	34
3.2.1 Informan Kunci	34
3.2.2 Informan Pendukung.....	35
3.3 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1 Studi Pustaka.....	36
3.3.2 Studi Lapangan.....	37
3.4 Uji Keabsahan Data	39

3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.6.2 Waktu Penelitian	45
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian	47
4.1.1.1 Toko Kopi Lajeng	47
4.1.1.2 Barista.....	48
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian	48
4.1.2.1 Informan Kunci	49
4.1.2.2 Informan Pendukung	51
4.1.3 Analisis Hasil Penelitian	54
4.1.3.1 Perhatian (<i>Attention</i>) Toko Kopi Lajeng.....	55
4.1.3.2 Ketertarikan (<i>Interest</i>) Pelanggan Toko Kopi Lajeng.....	59
4.1.3.3 Keinginan (<i>Desire</i>) Pelanggan Toko Kopi Lajeng.....	65
4.1.3.4 Tindakan (<i>Action</i>) Pelanggan Toko Kopi Lajeng	69
4.2 Pembahasan	72
4.2.1 Perhatian (<i>Attention</i>) Toko Kopi Lajeng Melalui Barista Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan	73
4.2.2 Ketertarikan (<i>Interest</i>) Pelanggan Melalui Barista Toko Kopi Lajeng Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan?	76

4.2.3 Keinginan (<i>Desire</i>) Pelanggan Melalui Barista Toko Kopi Lajeng Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan?	81
4.2.4 Tindakan (<i>Action</i>) Pelanggan Melalui Barista Toko Kopi Lajeng Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan?	84
4.2.5 Strategi Komunikasi Pemasaran Toko Kopi Lajeng Melalui Barista Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan.....	87
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	101
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	143