

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR 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	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.3.1 Maksud penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi.....	14

2.1.2.1	Pengertian Komunikasi	14
2.1.2.2	Unsur Unsur Komunikasi.....	16
2.1.2.4	Fungsi Komunikasi	20
2.1.2.5	Bentuk Komunikasi.....	21
2.1.3	Tinjauan Tentang Implementasi	23
2.1.3.1	Definisi Implementasi	23
2.1.4	Tinjauan Tentang Budaya Organisasi.....	25
2.1.4.1	Pengertian Budaya Organisasi	25
2.1.4.2	Karakteristik Budaya organisasi.....	26
2.1.4.3	Fungsi Budaya Organisasi.....	29
2.1.4.4	Komponen Budaya Organisasi.....	30
2.1.4.5	Peran Organisasi.....	31
2.1.4.6	Karakteristik Budaya Organisasi.....	33
2.1.4.7	Proses Pembentukan Budaya Organisasi	34
2.1.4.8	Tipe Budaya Organisasi	35
2.1.5	Tinjauan Tentang Brand Image	36
2.1.5.1	Definisi Brand Image (citra merek)	36
2.1.5.2	Komponen Brand Image	38
2.1.5.3	Faktor-faktor yang membentuk Brand Image	43
2.2	Kerangka pemikiran.....	45
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1	Desain Penelitian	49
3.2	Informan Penelitian.....	50

3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.3.1	Studi Lapangan	52
3.3.2	Studi Pustaka.....	56
3.4	Uji Keabsahan Data	58
3.5	Analisis Data	60
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian	63
3.6.1	Lokasi.....	63
3.6.2	Waktu.....	63
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1	Hasil Penelitian	65
4.1.1	Gambar Objek Penelitian.....	65
4.1.1.1	Sejarah Singkat Mimiti Coffee and Space Bandung	65
4.1.1.2	Logo dan Arti Lambang	69
4.1.1.3	Struktur Organisasi.....	70
4.1.2	Deskripsi Identitas Informan	70
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian.....	79
4.1.3.1	Program Implementasi Budaya Organisasi Mimiti Coffee and Space Bandung.....	80
4.1.3.2	Target Implementasi Budaya Organisasi Mimiti Coffee and Space Bandung.....	84
4.1.3.3	Unsur Implementasi Budaya Organisasi Mimiti Coffee and Space Bandung.....	88
4.2	Pembahasan.....	91

4.2.1	Pembahasan Program Implementasi Budaya Organisasi Mimiti Coffee and Space Bandung	91
4.2.2	Pembahasan Target Implementasi Budaya Organisasi Mimiti Coffee and Space Bandung	95
4.2.3	Pembahasan Unsur Pelaksanaan Implementasi Budaya Organisasi Mimiti Coffee and Space Bandung	98
4.3	Bahasan Implementasi Budaya organisasi Mimiti coffee and space Bandung dalam meningkatkan brand image dikalangan konsumennya.....	101
BAB V KESIMPULAN PENELITIAN.....		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	107
DAFTAR PUSTAKA		110
LAMPIRAN.....		115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		166