DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN i

LEMBAR PERNYATAAN ii

ABSTRAK iii

ABSTRACT iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 13

1.2.1 Rumusan Masalah Makro 13

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 13

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 14

1.3.1 Maksud Penelitian 14

1.3.2 Tujuan Penelitian 14

1.4 Kegunaan Penelitian 15

1.4.1 Kegunaan Teoritis 15

1.4.2 Kegunaan Praktis 15

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti 15

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Universitas.....15

1.4.2.3 Kegunaan bagi *Youngpreneur Food Truck* Bandung.....15

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka.....16

2.1.1 Tinjauan Tentang Penelitian Terdahulu 16

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi 18

2.1.2.1 Definisi Komunikasi 19

2.1.2.2 Tujuan Komunikasi.....20

2.1.2.3 Unsur-Unsur Komunikasi 21

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi 26

2.1.2.5 Proses Komunikasi.....27

2.1.2.6 Bentuk Komunikasi 29

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran.....31

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran.....31

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran 35

2.1.3.3 Jenis-jenis Model Komunikasi Pemasaran 36

2.1.3.4 Fungsi Komunikasi Pemasaran 37

2.1.3.5 Strategi Komunikasi Pemasaran 38

2.1.4 Tinjauan Tentang *Youngpreneur*.....39

2.1.5 Tinjauan Tentang *Food Truck*.....42

2.1.6 Tinjauan Tentang Minat Beli Konsumen.....45

2.1.6.1 Pengertian Minat Beli 45

2.1.6.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....46

2.2 Kerangka Pemikiran.....49

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian 55

3.2 Informan Penelitian.....57

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....59

3.3.1 Studi Pustaka.....59

3.3.2 Studi Lapangan.....61

3.4 Uji Keabsahan Data 64

3.5 Teknik Analisa Data.....66

3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian 68

3.6.1 Lokasi Penelitian.....68

3.6.2 Waktu Penelitian 68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 70

4.1.1 Gambaran Objek Penelitian 75

4.1.1.1 Sejarah Singkat *Food Truck* 75

4.1.1.2 Visi dan Misi *Food Truck* Kota Bandung.....79

4.1.1.3 Filosofi dan Logo 80

4.1.1.4 Struktur Organisasi Divisi Komunitas Bandung *Food Truck* Bandung 82

4.1.1.5 *Job Description* Divisi Komunitas Bandung *Food Truck* Bandung 82

4.1.2 Deskripsi Profil Informan.....83

4.1.2.1 Profil Informan Kunci 83
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian 91
4.1.3.1 Perencanaan Komunikasi Pemasaran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung. 94
4.1.3.2 Pelaksanaan Komunikasi Pemasaran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung 102
4.1.3.3 Media Komunikasi Pemasaran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung 110
4.2 Pembahasan 113
4.2.1 Perencanaan Yang Di Lakukan *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung 115
4.2.2 Pelaksanaan Yang Di Lakukan *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung 117
4.2.3 Media Yang Di Lakukan *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung 119
4.2.4 Minat Beli Yang Di Lakukan *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Kota Bandung 122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan 127
5.2 Saran 129

5.2.1 Saran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* di Kota Bandung.....129

5.2.2 Saran bagi Peneliti Selanjutnya 130

DAFTAR PUSTAKA 131

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....16

Tabel 3.1 Data Informan Penelitian.....58

Tabel 3.2 Data Informan Pendukung.....59

Tabel 3.3 Waktu Penelitian.....69

Tabel 4.1 Data Informan Penelitian.....84

Tabel 4.2 Data Informan Pendukung.....89

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Unsur-Unsur Komunikasi 25

Gambar 2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Pemasaran 34

Gambar 2.3 Konsep Strategi pemasaran.....39

Gambar 2.4 Model Alur Pemikiran 54

Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisa Data “Model Kualitatif” 66

Gambar 4.1 Salah satu contoh kendaraan *Food Truck* yang berada di Kota Bandung 79

Gambar 4.2 Logo Bandung *FoodTruck*.....80

Gambar 4.3 Struktur Organisasi Divisi Komunitas Bandung *Food Truck* Bandung.....82

Gambar 4.4 Rezha Noviana.....84

Gambar 4.5 Sweni Fridahti Lestari (Cireng Galing Nyinden).....85

Gambar 4.6 Ghilman Achmad (Wakil Ketua Komunitas Bandung *Food Truck* / *Dimsamsoe*).....87

Gambar 4.7 Angga Adista (Sanguan *Food Truck*).....88

Gambar 4.8 Rini Sabnie (Konsumen *Food Truck*).....89

Gambar 4.9 Eldias Bani Fasa (Konsumen *Food Truck*).....90

Gambar 4.10 Model Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* 117

Gambar 4.11 Model Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran

Youngpreneur Bisnis *Food Truck* 119

Gambar 4.12 Model Media Strategi Komunikasi Pemasaran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* 122

Gambar 4.13 Model Keseluruhan Strategi Komunikasi Pemasaran *Youngpreneur* Bisnis *Food Truck* 126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Rekomendasi Pembimbing Mengikuti Sidang Sarjana

Lampiran 2 : Pengajuan Pendaftaran Ujian Sidang Sarjana

Lampiran 3 : Lembar Revisi Usulan Penelitian

Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan

Lampiran 5 : Pedoman Observasi

Lampiran 6 : Hasil Observasi

Lampiran 7 : Pedoman Wawancara

Lampiran 8 : Tabel Waktu Wawancara

Lampiran 9 : Transkrip Wawancara

Lampiran 10 : Dokumentasi