DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 8
1.2.1 Rumusan Masalah Makro 8
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro 8
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 9
1.3.1 Maksud Penelitian 9
1.3.2 Tujuan Penelitian 9
1.4 Kegunaan Penelitian 10
1.4.1 Kegunaan Teoritis 10
1.4.2 Kegunaan Praktis 10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN 12
2.1 Tinjauan Pustaka 12
2.1.1 Tinjauan Terdahulu 12
2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi 14
2.1.2.1 Definisi Ilmu Komunikasi 14
2.1.2.2 Unsur Komunikasi 20
2.1.2.3 Fungsi atau Manfaat Komunikasi 23
2.1.2.4 Tujuan Komunikasi 27
2.1.2.5 Hambatan Komunikasi 27
2.1.3 Tinjauan Komunikasi Pemasaran 30

2.1.3.1 Definisi Komunikasi Pemasaran 30
2.1.3.2 Bauran Pemasaran 35
2.1.4 Tinjauan Media Promosi 41
2.1.4.1 Definisi Media 41
2.1.4.2 Definisi Promosi 42
2.1.4.2.1 Fungsi Promosi 44
2.1.4.2.2 Tujuan Promosi 45
2.1.4.3 Media Promosi 46
2.1.5 Tinjauan Minat Beli Konsumen 47
2.1.6 Tinjauan *Burger King* 49
2.2 Kerangka Pemikiran 50
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN 56
3.1 Desain Penelitian 56
3.2 Informan Penelitian 57
3.3 Teknik Pengumpulan Data 60
3.4 Uji Keabsahan Data 63
3.5 Teknik Analisa Data 66
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian 69
3.6.1 Lokasi Penelitian 69
3.6.2 Waktu Penelitian 69
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 72
4.1 Hasil Penelitian 72
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian *Burger King* Cihampelas Walk 73
4.1.1.1 Logo *Burger King* 74
4.1.1.2 Keterangan Logo 75
4.1.1.3 Struktur Organisasi *Burger King* Cihampelas Walk 76
4.1.2 Deskripsi Informan Penelitian 77
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian 83
4.1.3.1 Jenis Produk Yang Diinformasikan Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk Melalui *Flyering* Dalam Menarik Minat Konsumen 84

4.1.3.2 Kebijakan Harga Yang Diinformasikan Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk Melalui *Flyering* Dalam Menarik Minat Konsumen 92
4.1.3.3 Pemilihan Tempat Yang Dilakukan Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk Melalui *Flyering* Dalam Menarik Minat Konsumen 99
4.1.3.4 Cara Promosi Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk Melalui *Flyering* Dalam Menarik Minat Konsumen..... 106
4.1 Pembahasan Hasil Penelitian 116
BAB V PENUTUP 138
5.1 Kesimpulan 138
5.2 Saran 139
5.2.1 Bagi *Burger King* Cihampelas Walk 139
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya 140
DAFTAR PUSTAKA..... 141

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Informan Kunci Penelitian..... 59

Tabel 3.2 Waktu Penelitian 71

Tabel 4.1 Tabel Waktu dan Tempat Wawancara 74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo *Burger King*..... 49
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran 55
Gambar 3.1 Triangulasi Sumber..... 65
Gambar 3.2 Komponen-komponen Analisis Data..... 67
Gambar 4.1 Logo *Burger King*..... 74
Gambar 4.2 Struktur Organisasi *Burger King* Cihampelas Walk 76
Gambar 4.3 Abdur Rohim..... 77
Gambar 4.4 Rusna Lidiawati..... 78
Gambar 4.5 Resi Eka Saputri 79
Gambar 4.6 Handy Adrian Hadjeri..... 80
Gambar 4.7 Muhammad Firmansyah 81
Gambar 4.8 Arni Puspitasari 82
Gambar 4.9 Kupon Burger King 118
Gambar 4.10 Produk-produk Dalam Kupon 119
Gambar 4.11 Bagan Mengenai Produk Yang Diinformasikan Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk..... 121
Gambar 4.12 Bagan Mengenai Kebijakan Harga Yang Disosialisasikan Oleh *Trainer Burger King* CihampelasWalk..... 124
Gambar 4.13 Bagan Mengenai Pemilihan Tempat Yang Dilakukan Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk..... 127
Gambar 4.14 Bagan Mengenai Cara Promosi Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk 131
Gambar 4.15 Bagan Mengenai Komunikasi Pemasaran Oleh *Trainer Burger King* Cihampelas Walk..... 137