

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	11
2.4 Tingkat Penjualan.....	14
2.5 Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian.....	28

3.2	Metode Penelitian.....	29
3.3	Objek dan Subjek Penelitian	29
3.3.1	Objek Penelitian	29
3.3.2	Subjek Penelitian.....	29
3.4	Sub-Analisis	29
3.5	Informan Penelitian	30
3.6	Metode Pengambilan Data	31
3.6.1	Wawancara Mendalam.....	31
3.6.2	Studi Kepustakaan.....	31
3.7	Teknik Analisis Data.....	31
3.8	Teknik Keabsahan Data	33
BAB IV	34
HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1	Karakteristik Informan.....	34
4.2	Profil Perusahaan.....	36
4.3	Hasil Penelitian.....	38
4.3.1	Perencanaan Komunikasi Pemasaran	39
4.3.2	Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran.....	43
4.4	Pembahasan.....	62
4.4.1	Penyusunan Pesan Komunikasi Pemasaran Monday Coffee	62
4.4.2	Pemilihan Media dalam Mengkomunikasikan Pesan Pemasaran Monday Coffee	65
4.4.3	Strategi Komunikasi Pemasaran Monday Coffee dalam Meningkatkan Angka Penjualan	67
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
4.5	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82
5.2.1	Saran Praktis untuk Monday Coffee.....	82

5.2.2 Saran Teoritis.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84
LAMPIRAN.....	89