

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Kerangka Pemikiran.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Marketing Modern	22
2.2. Marketing Modern adalah Berpikir Kreatif	24
2.3. Indikasi Percepatan Pengenalan Brand Baru Telah Dilakukan... ..	26
2.4. Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian	38
3.2. Lokasi Penelitian.....	40
3.3. Objek Penelitian.....	40
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5. Sumber dan Jenis Data	45
3.6. Teknik Analisis Data.....	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan	51
4.1.1. Profil Wings Coffeeshop.....	48
4.2. Hasil Penelitian	56
4.2.1. Strategi Pengenalan <i>Brand</i> Wings Coffeeshop Melalui Teknologi Informasi.....	57
4.2.2. Strategi Pengenalan <i>Brand</i> Wings Coffeeshop dengan Merangkul Berbagai Komunitas	56
4.2.3. Strategi Pengenalan <i>Brand</i> Wings Coffeeshop Melalui Even.....	59
4.2.4. Omset.....	76
4.2.5 <i>Focus Group Discussion</i> (FGD).....	78
4.3. Pembahasan	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	95
5.2. Saran	96

DAFTAR PUSTAKA	99
-----------------------------	----

LAMPIRAN