

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran	8
1.5.1 Strategi Komunikasi Pemasaran	8
1.5.2 Bauran Promosi Mix	8
1.5.3 Analisis SWOT	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Evaluasi	13
2.2 Komunikasi Pemasaran	14
2.3 Strategi Komunikasi Pemasaran	19

2.4 Bauran Promosi	22
2.5 Cafe	27
2.6 Penelitian Sebelumnya	30
2.6.1 Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisata Tahun 2014	30
2.6.2 Evaluasi Strategi <i>Promotional Mix</i> Koran Tempo Jateng- DIY dalam Mendapatkan Klien	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Lokasi Penelitian	33
3.3 Sumber Data	33
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	34
3.5 Analisis Data	35
3.6 Validitas Data	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Sejarah Calzone Express	39
4.1.2 Visi dan Misi Calzone Express	40
4.1.3 Logo Perusahaan	41
4.1.4 Product Calzonzr Exspres	42
4.1.5 Struktur Organisasi	43
4.2 Pelaku Tujuan Kegiatan Pemasaran, Konsep Pemasaran dan Segmentasi Pasar Calzone Express	47
4.2.1 Pelaku Kegiatan Komunikasi Pemasaran Calzone Express	47
4.2.2 Tujuan Kegiatan Pemasaran, Konsep pemasaram dan Segmentasi Pasar	48

4.3 Hasil Penelitian	50
4.4 Evaluasi Kegiatan Strategi Komunikasi Pemasaran	68
4.5 Pembahasan	69

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN