

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Teori	6
1.5.1 Teori Perencanaan	6
1.5.2 <i>Branding</i>	7
1.5.3 Kelas sosial	9
1.5.2 Gaya Hidup	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 <i>Brand</i>	11
2.2 Elemen <i>Brand</i>	12
2.3 Strategi	13
2.4 <i>Branding</i>	14
2.4.1 <i>Brand positioning</i>	16
2.4.1 <i>Brand identity</i>	16
2.4.1 <i>Brand personality</i>	17
2.4.1 Ekuitas Merek	17
2.4.1 <i>Brand awareness</i>	18
2.5 Tujuan <i>Branding</i>	21
2.6 Kelas Sosial	21
2.6 Gaya Hidup	23
2.7.1 Faktor Mempengaruhi Gaya Hidup	24
2.7.2 Manfaat Memahami Gaya Hidup	27
2.8 Budaya	27
2.9 Penelitian Sebelumnya	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	31
3.3 Objek Penelitian	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31

3.4.1 Data Primer	31
3.4.2 Data Sekunder	33
3.5 Teknik Analisis Data	34
3.7 Validitas Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Koling	36
4.1.1 Logo Koling	38
4.1.2 Visi dan Misi Koling	39
4.1.3 Susunan Organisasi Koling	40
4.1.4 Produk Koling	40
4.1.5 Lokasi Koling	41
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Permasalahan Pemasaran	42
4.3 Strategi <i>Branding</i>	46
4.3.1 <i>Branding</i> terhadap Identitas Produk dan Kemasan.....	47
4.3.1 <i>Branding</i> terhadap Karakter Koling	50
4.3.1 <i>Branding</i> terhadap Standar Pelayanan	52
4.3.1 <i>Branding</i> terhadap Segmentasi dan <i>Positioning</i>	54
4.3.1 <i>Branding</i> terhadap Tempat	56
4.3.1 Kegiatan Komunikasi	59
4.4 Faktor penghambat Strategi <i>Branding</i> Koling	66
4.5 Evaluasi Strategi <i>Branding</i> Koling	66
4.6 Pembahasan	68

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	78
5.2 Saran	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Konsumsi Kopi Indonesia	2
Tabel 4.1 <i>World Coffee Consumption</i>	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	19
Gambar 4.1 Logo Koling	38
Gambar 4.2 Visi dan Misi Koling	39
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Koling	40
Gambar 4.4 Produk Menu Koling	41
Gambar 4.5 Desain Cup Minuman Koling	48
Gambar 4.6 Varian Menu Koling	49
Gambar 4.7 Gerobak Koling	50
Gambar 4.8 Pakaian Blewer Koling.....	51
Gambar 4.9 Petani Kopi Temanggung	53
Gambar 4.10 Blewer Koling	54
Gambar 4.11 Konsep Jalanan Koling	57
Gambar 4.12 Konsep Jalanan Koling	58
Gambar 4.13 Suasana di Koling	59
Gambar 4.14 Suasana di Koling	60
Gambar 4.15 Instagram Koling	61
Gambar 4.16 Website Koling	62
Gambar 4.17 Acara Bank Indonesia	62
Gambar 4.18 Acara Bank Mandiri	63
Gambar 4.19 Mitra Koling	64
Gambar 4.20 Promosi Koling di Instagram	65
Gambar 4.21 Promosi Koling di Instagram	65