

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 GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Konsep dan Pemikiran	9
1.5.1 Komunikasi Pemasaran	9
1.5.2 <i>Marketing Mix</i> (4P)	10
1.5.3 <i>Promotional Mix</i>	12

1.5.4 Loyalitas Konsumen	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 <i>Marketing Mix 4P</i>	19
2.2 Promotional Mix	21
2.3 Komunikasi Pemasaran	22
2.3.1 Model Komunikasi Pemasaran	24
2.3.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran	25
2.4 Pengertian Konsumen	26
2.4.1 Peranan Konsumen	27
2.4.2 Tipe dan Konsumen	28
2.5 Loyalitas Konsumen	29
2.5.1 Pengertian Loyalitas Konsumen	29
2.5.2 Jenis – Jenis Lotayitas Konsumen	30
2.5.3 Karakteristik Loyalitas Konsumen	32
2.5.4 Indikator Loyalitas Konsumen	34
2.9 Penelitian Terdahulu	35
BAB III METODEDELOGI PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Objek Penelitian	40
3.3 Lokasi Penelitian	40
3.4 Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	41
3.6 Teknik Analisis Data	44

3.7 Validitas Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Deskripsi <i>The Crabbys</i>	49
4.1.1 Tujuan dan Manfaat <i>The Crabbys</i>	50
4.1.2 Visi dan Misi <i>The Crabbys</i>	50
4.1.3 Logo <i>The Crabbys</i>	51
4.1.4 Struktur Organisasi <i>The Crabbys</i>	53
4.1.5 Kepimpinan Manajer <i>The Crabbys</i>	56
4.1.7 <i>Standard Operating Procedure The Crabbys</i>	57
4.2 <i>Marketing Mix 4P The Crabbys</i>	58
4.2.1 Pelayanan <i>The Crabbys</i> (Product)	58
4.2.2 Lokasi Perusahaan (<i>Place</i>)	60
4.2.3 Mengganti Pesanan yang Tidak Sesuai (<i>Product</i>).....	64
4.2.4 Reservasi Tempat (<i>Place</i>).....	65
4.2.5 Konsumen Memilih Langsung Kepiting (<i>Product</i>).....	67
4.2.6 <i>Delivery Order (Product)</i>	69
4.2.7 Produk <i>The Crabbys (Product)</i>	70
4.2.8 Sistem Paket Produk <i>The Crabbys (Product)</i>	75
4.2.9 Harga Produk – Produk <i>The Crabbys (Price)</i>	77
4.2.10 Promo dan Potongan Harga (<i>Promotion & Price</i>).....	80
4.2.11 <i>Re-post</i> Foto Konsumen di <i>Instagram (Promotion)</i>	84
4.3 <i>Promotional Mix The Crabbys</i>	88
4.3.1 Promosi Penjualan <i>The Crabbys (Sales Promotion)</i>	88

4.3.2	Publisitas <i>The Crabbys (Publicity)</i>	92
4.3.3	<i>Instagram Media Marketing The Crabbys</i>	97
4.3	Konsumen <i>The Crabbys</i>	99
4.4	Pembahasan	100
4.4.1	Strategi Komunikasi Pemasaran <i>The Crabbys</i>	100
4.4.1.1	<i>Instagram Media Marketing The Crabbys</i>	102
4.4.1.2	<i>Sales Promotion The Crabbys</i>	109
4.4.1.3	<i>Publicity The Crabbys</i>	111
4.4.2	Loyalitas Konsumen <i>The Crabbys</i>	113
4.4.2.1	Pembelian Berulang Kali	113
4.4.2.2	Mereferensikan Kepada Orang Lain	114
4.4.2.3	Kebal Terhadap Tawaran Pesaing.....	114
BAB V PENUTUP		116
5.1	Kesimpulan	116
5.2	Saran	117
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		