

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Kerangka Teori dan Pemikiran .....	12
1.5.1 Komunikasi Pemasaran .....	12
1.5.2 Bauran Komunikasi Pemasaran .....	14
1.5.3 Kerangka Pemikiran .....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Strategi Komunikasi .....	18
2.1.1 Definisi Strategi .....	18
2.1.2 Tujuan Strategi .....	20
2.1.3 Definisi Komunikasi .....	21
2.1.4 Tujuan Komunikasi .....	23

2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
2.3 Minat Beli Konsumen .....	25
2.4 Penelitian Terdahulu .....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....	34
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Sumber Data .....	36
3.3 Subjek Penelitian .....	37
3.4 Objek Penelitian .....	37
3.5 Lokasi Penelitian .....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7 Teknik Analisis Data .....	39
3.8 Uji Keabsahan Data .....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	42
4.1.1 Tentang Djiwa Coffee .....	42
4.1.2 Logo Djiwa Coffee .....	43
4.1.3 Struktur Organisasi .....	44
4.2 Hasil Penelitian .....	45
4.2.1 Pentingnya Strategi Pemasaran bagi Djiwa Coffee ..	45
4.2.2 Pentingnya Strategi Bauran Pemasarn 4P .....	46
4.2.3 Penerapan Strategi Bauran Komunikasi Pemasaran ..	60
4.3 Pembahasan .....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN .....	82