

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN KEASLIAN KARYA.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>9</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>9</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>9</b>
1.4.1 Manfaat Akademik .....	9
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.3 Manfaat Praktis .....	10
<b>1.5 Kerangka Teori</b> .....	<b>10</b>
1.5.4 <i>Elaboration Likelihood Model</i> (ELM) .....	10
1.5.5 Kerangka Pemikiran.....	13
<b>BAB II</b> .....	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
<b>2.1 Komunikasi Interpersonal</b> .....	<b>15</b>
2.1.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal .....	15

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal .....	16
<b>2.2 Komunikasi Persuasif.....</b>	<b>21</b>
2.2.3 Pengertian Komunikasi Persuasif .....	21
<b>2.3 Barista .....</b>	<b>27</b>
2.3.4 Pengertian Barista .....	27
2.3.5 Fungsi Barista .....	28
<b>2.4 Konsep Pelayanan.....</b>	<b>29</b>
<b>2.5 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian.....</b>	<b>33</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>3.3 Objek Penelitian.....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Subjek Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>3.5 Sumber Data.....</b>	<b>35</b>
3.5.1 Data Primer .....	35
3.5.2 Data Sekunder .....	37
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>37</b>
3.6.3 Observasi.....	37
3.6.4 Wawancara .....	38
3.6.5 Dokumentasi .....	39
<b>3.7 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>40</b>
<b>3.8 Keabsahan Data .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>46</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
<b>4.1 Deskripsi Tadasih Kopi .....</b>	<b>46</b>
4.1.1 Sejarah Berdirinya Tadasih Kopi .....	46
4.1.2 Struktur Manajemen Tadasih Kopi .....	48
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>53</b>
4.2.1 Unsur Komunikasi Tadasih Kopi dalam Mengubah Keputusan Pengunjung.....	53
4.2.2 Gaya Komunikasi Tadasih Kopi .....	57

4.2.3 Kredibilitas Barista Tadasih Kopi .....	61
4.2.4 Unsur Pesan dalam Proses Mengubah Keputusan Pengunjung .....	64
<b>4.3 Proses Pemahaman Pesan Oleh Pengunjung Hingga Mengambil Keputusan.....</b>	<b>72</b>
4.3.1 Proses Pesan Melalui Rute Pusat ( <i>Central Routes</i> ) dan Rute Samping ( <i>Peripheral Routes</i> ).....	72
4.3.2 Keputusan Akhir Pengunjung dalam Memilih Kopi.....	77
<b>4.4 Pembahasan.....</b>	<b>78</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>91</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>91</b>
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>