

## DAFTAR ISI

HAMALAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS .....	iv
HALAMAN MOTTO PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.5 Waktu Penelitian .....	12
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Rangkuman Teori.....	13
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.2 Strategi .....	15
2.1.3 Penjualan Tidak Langsung.....	19
2.1.4 Media Promosi .....	20
2.1.5 New Media .....	21
2.1.6 Media Sosial.....	21
2.1.7 Customer Loyalty.....	24

2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
BAB III .....	41
METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Paradigma Penelitian.....	41
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	42
3.2.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2.2 Objek Penelitian .....	42
3.3 Lokasi Penelitian.....	42
3.4 Informan Kunci .....	43
3.5 Unit Analisis .....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.8 Teknik Keabsahan Data .....	48
BAB IV .....	50
METODE PENELITIAN.....	50
4.1 Karakteristik Informan .....	50
4.2 Hasil Penelitian .....	54
4.2.1 Perencanaan.....	54
4.2.1.1 Mengalisis Masalah.....	54
4.2.1.2 Menganalisis Khalayak.....	57
4.2.1.3 Merumuskan Tujuan .....	58
4.2.1.4 Memilih Media dan Saluran.....	60
4.2.1.5 Mengembangkan Rencana atau Serangkaian Kegiatan Untuk Pencapaian Tujuan Media dan Saluran .....	61
Tabel 4. 1 Ringkasan Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Morning Glory Coffee Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen.....	64
4.2.2 Pelaksanaan .....	66
4.2.2.1 Periklanan (Advertising) .....	66
4.2.2.2 Promosi Penjualan (Sales Promotion).....	70

4.2.2.3 Acara dan Pengalaman (Event and Experience) .....	72
4.2.2.4 Pemasaran Langsung (Direct Selling).....	74
4.2.2.5 Interaksi Pemasaran (Interactive Marketing).....	75
4.2.2.6 Words Of Mouth Marketing (WOMM) .....	75
4.2.2.7 Penjualan Perorangan (Personal Selling).....	77
Tabel 4. 2 Ringkasan Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran	
Morning Glory Coffee Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen.....	79
4.2.3Evaluasi .....	81
4.2.3.1 Melakukan pembelian secara teratur (Makes regular repeat purchases).....	81
4.2.3.2 Membeli di luar lini produk/jasa (Purchase across product/ service lines) .....	84
4.2.3.3 Merekomendasikan produk kepada yang lain (Refers other) .....	86
4.2.3.4 Menunjukkann kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Demonstrates an immunity to the full of the competitions). .....	88
Tabel 4. 3 Ringkasan Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran	
Morning Glory Coffee Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen.....	90
4.3 Pembahasan.....	91
4.3.1 Perencanaan.....	91
4.3.1.1 Menganalisis Masalah.....	91
4.3.1.2 Menganalisis Khalayak .....	92
4.3.1.3 Merumuskan Tujuan .....	93
4.3.1.4 Memilih Media dan Saluran.....	95
4.3.1.5 Mengembangkan Rencana atau Serangkaian Kegiatan Untuk Pencapaian Tujuan .....	96
4.3.2 Pelaksanaan .....	97
4.3.2.1 Advertising .....	97
4.3.2.2 Sales Promotion .....	99
4.3.2.3 Event and Experience.....	100
4.3.2.4 Direct Marketing .....	102
4.3.2.5 Interactive Marketing .....	103

4.3.2.6 Words Of Mouth Marketing .....	103
4.3.2.7 Personal Selling.....	105
4.3.3 Evaluasi .....	106
4.3.3.1 Melakukan pembelian secara teratur (Makes regular repeat purchases).....	107
4.3.3.2 Membeli di luar lini produk/jasa (Purchase across product/ service lines) .....	109
4.3.3.3 Merekomendasikan produk kepada yang lain (Refers other) .....	110
4.3.3.4 Menunjukkann kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Demonstrates an immunity to the full of the competitions). .....	111
BAB V.....	112
KESIMPULAN DAN SARAN.....	112
5.1 Kesimpulan .....	112
5.2 Saran.....	113
5.2.1 Saran Teoritis .....	113
5.2.2 Saran Praktis .....	113
DAFTAR PUSTAKA .....	115
LAMPIRAN.....	119
INFORMAN KUNCI 1 (FOUNDER) .....	126
INFORMAN KUNCI 2 (BUSINESS DEVELOPMENT).....	133
INFORMAN PENDUKUNG 1 (CLIENT).....	144
INFORMAN PENDUKUNG 2 (REPEAT CUSTOMER) .....	151
INFORMAN AHLI (Informan Expert).....	158