

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
BIODATA PENULIS	viii
KATA PENGANTAR	ix
UCAPAN TERIMA KASIH	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Signifikansi Penelitian.....	7
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Komunikasi Pemasaran	8
2. Brand / Merek	11
4. Membangun Brand Positioning	21
5. Positioning dan Branding untuk Usaha Kecil	22
6. Brand Loyalty.....	26
B. Penelitian Terdahulu.....	28
C. Kerangka Konsep	31

BAB III.

METODOLOGI PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Metode Penelitian.....	34
C. Sifat Penelitian	36
D. Penjelasan Konsep	36
E. Informan dan Sumber Informasi.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data.....	41
G. Teknik Analisis Data.....	48
H. Teknik Keabsahan Data	52

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Hasil Penelitian	55
1. Gambaran Umum Bakoel Koffie	55
1. Strategi <i>Brand Positioning</i> Bakoel Koffie	74
2. Brand Loyalty Bakoel Koffie terhadap Pelanggan	84
3. Kendala Dan Tantangan Menerapkan Strategi <i>Brand Positioning</i> Bakoel Koffie dalam mempertahankan <i>Brand Loyalty</i>	85

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	87
B. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN