

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Permasalahan dan Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan Perancangan.....	4
1.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.5 Skema Perancangan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	7
2.1.3 Sistem Pemasaran.....	8
2.1.4 Segmentasi Pasar.....	9
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	12
2.2 Teori Packaging.....	17
2.2.1 Fungsi Ideal Kemasan.....	19
2.3 Promosi.....	20
2.3.1 Arti Definisi / Pengertian Promosi.....	20
2.3.2 Tujuan Promosi.....	21
2.3.3 Promotional Mix / Bauran Promosi.....	21
2.4 Definisi Pengertian Brand.....	21
2.4.1 Jenis-jenis dan Macam-Macam Merk.....	22
2.4.2 Strategi Merek / Merk (Brand Strategies).....	23

2.4.3 Tentang Brand Image.....	24
BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH.....	25
3.1 Data dan Fakta.....	25
3.1.1 Kopi Tabing.....	25
3.1.2 Tinjauan Terhadap Proyek / Persoalan Sejenis.....	31
3.2 Analisis Terhadap Permasalahan Berdasarkan Data dan Fakta.....	35
BAB IV PEMECAHAN MASALAH.....	36
4.1 Konsep Komunikasi.....	36
4.2 Konsep Kreatif.....	38
4.3 Konsep Media.....	38
4.4 Biaya Budgeting.....	40
4.5 Hasil Karya.....	47
BAB V PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran Penulis.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67
DAFTAR LAMPIRAN.....	68
SARAN DAN KOMENTAR DOSEN PENGUJI UJIAN SIDANG TA.....	77
DATA PENULIS.....	78