DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAKSI vii

DAFTAR ISI ix

BAB I PENDAHULUAN : 1

A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Hasil Penelitian 6
E. Penelitian Terdahulu 7
F. Definisi Konsep Penelitian 10
G. Kerangka Pikir Penelitian 13
H. Metode Penelitian 14
I. Sistematika Pembahasan 34

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN : 36

A. KAJIAN PUSTAKA 36
   1. Brand 36
   2. Branding 41
   3. Visual 42
   4. Visual Branding 42
   5. Desain Komunikasi visual 44
   6. Kuliner 60
   7. Kafe 60
   8. Bisnis kuliner di bidang kafe dalam komunikasi 60
B. KAJIAN TEORI 62
   1. Teori *Positioning Differentiation Brand* 62

BAB III PENYAJIAN DATA: 67

A. Deskripsi Subyek Penelitian 67
   1. Sejarah dan Latar Belakang 67
   2. Struktur Organisasi 71
   3. Visi dan Misi 72
   4. Pengendalian Persediaan 73
B. Penyajian Data 74

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1. Logo 74
2. Desain Ruangan 76
3. Stiker 80
4. Desain menu makanan dan minuman 81
5. Desain Billboard 82

BAB IV ANALISI DATA: 83

A. Hasil Temuan Penelitian 83
1. Gambar Logo Yang Unik Untuk Menarik Konsumen 83
2. Desain Ruangan Kafe Yang Nyaman Untuk Konsumen 84
3. Stiker sebagai penggabung logo dengan kata yang unik 85
4. Desain menu makanan dan minuman pada "Cafeku" 86
5. Desain Billboard sebagai penunjuk eksistensi. 86
B. Konfirmasi dengan Teori 87

BAB V PENUTUP 90

A. SIMPULAN 90
B. SARAN 91

DAFTAR PUSTAKA 92

LAMPIRAN 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id