

DAFTAR ISI

HALAMAN DALAM SKRIPSI	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN DEWAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teoritis.....	9
2.1.1 Teori Penetrasi Sosial.....	9
2.2 Landasan Konsep.....	12
2.2.1 Strategi Komunikasi.....	12
2.2.2 Komunikasi Antarpribadi	13
2.2.3 Barista 16	
2.2.4 <i>Regular Customer</i>	17
2.2.5 Motivasi.....	17
2.2.6 <i>Brand Loyalty</i>	19
2.3 Studi Penelitian Terdahulu	21
2.4 Kerangka Berpikir.....	30

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metodologi Penelitian	32
3.2.1 Pendekatan Penelitian	33
3.2.2 Jenis Penelitian	34
3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	34
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	34
3.3.2 Waktu Penelitian	35
3.4 Teknik Pemilihan Informan.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5.1 Data Primer	37
3.5.2 Data Sekunder.....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	41
3.7 Teknik Keabsahan Data	43

BAB 4 ANALISIS PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.1 Starbucks	44
4.2 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	48
4.2.1 Theresia Leonora	48
4.2.2 Affalio Alang	48
4.2.3 Grace Elisa Mariani.....	48
4.2.4 Ade Febiyanti.....	49
4.2.5 Alvin Febriansyah	49
4.2.6 Jennifer Chandra	49
4.3 Hasil Penelitian.....	50
4.3.1 Hasil Observasi	50
4.3.2 Hasil Wawancara	53
4.4 Pembahasan	94

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	103
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Akademis	105
5.2.2 Saran Praktis	105

DAFTAR PUSTAKA.....	106
---------------------	-----

RIWAYAT HIDUP PENULIS	109
-----------------------------	-----

LAMPIRAN