

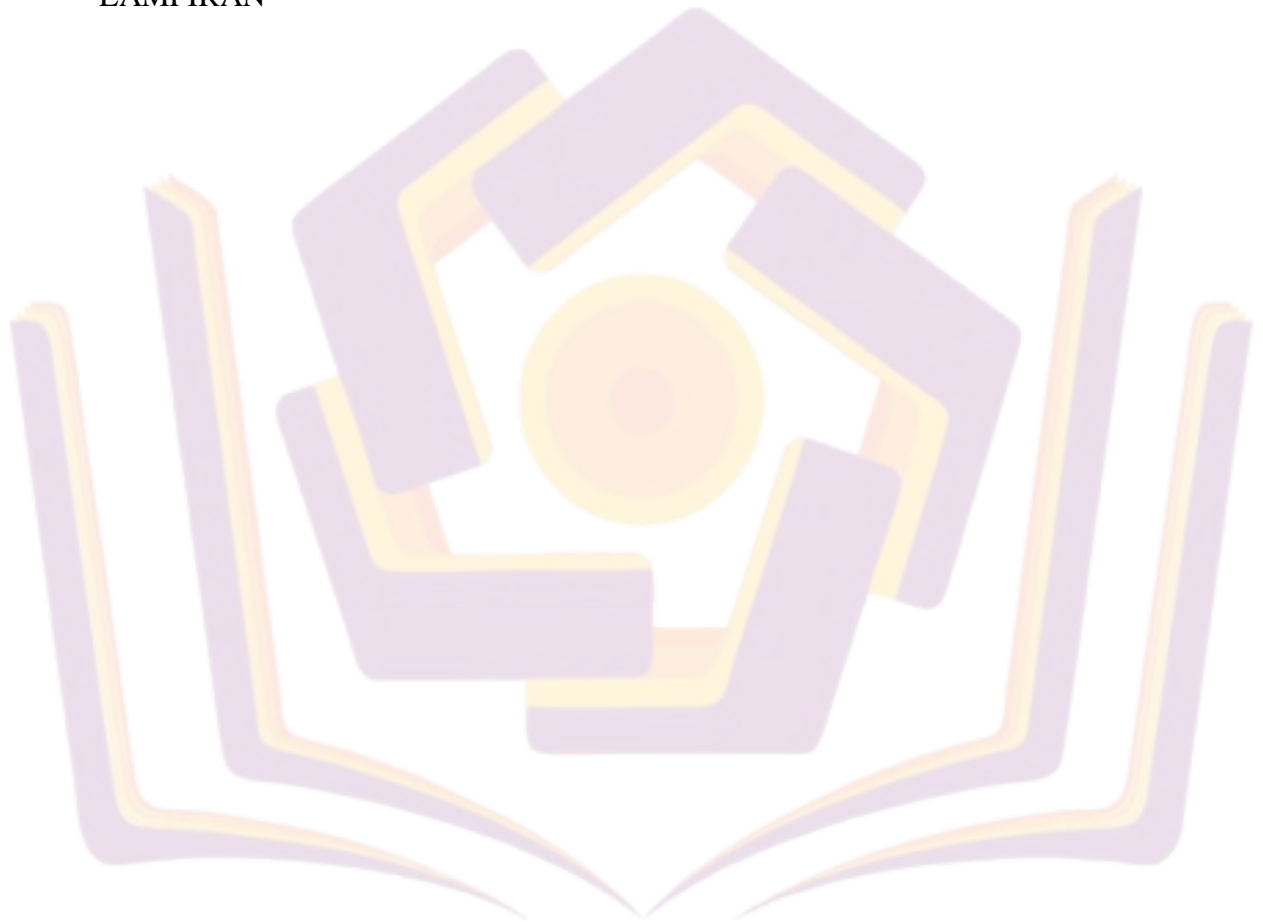
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR ISTILAH	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
<i>ABSTRACT</i>	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian	12
E. Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
A. Landasan Teori	15
B. Landasan Konseptual	17
C. Penelitian Sebelumnya	24
BAB III METODE PENELITIAN DAN ANALISIS	31
A. Metode Penelitian	31
B. Metode Analisis	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48

A. Hasil Penelitian	49
B. Pembahasan	68
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Data Informan	33
Tabel 4.1 Data Narasumber/Informan Penelitian	49



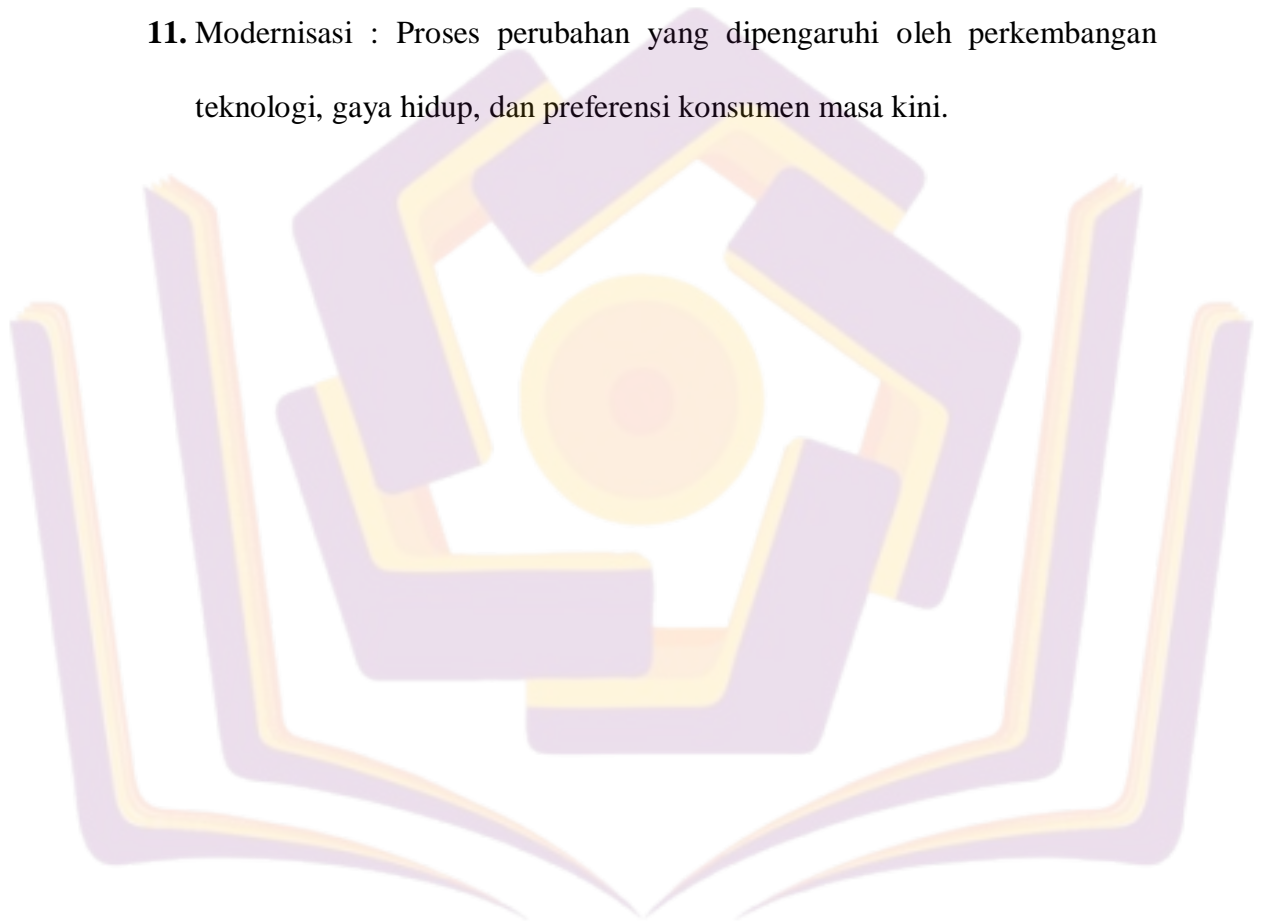
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Utama Toko Roti Go	4
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Roti Per Tahun	8
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3.2 Model Analisis Interaktif Miles & Huberman	43
Gambar 4.1 Roti Pisang Coklat	52
Gambar 4.2 Roti Warembol	53
Gambar 4.3 Roti Kacang.....	53
Gambar 4.4 Generasi Penerus	54
Gambar 4.5 Pelayanan Konsumen.....	57
Gambar 4.6 Logo Utama Toko Roti Go	58
Gambar 4.7 Logo Depan Toko Roti Go	59
Gambar 4.8 Kemasan Kardus Toko Roti Go	60
Gambar 4.9 Halaman Depan Toko	61
Gambar 4.10 Toko Roti Go.....	61
Gambar 4.11 Proses Pembuatan Roti.....	63
Gambar 4.12 Proses Pembuatan Roti.....	64
Gambar 4.13 Profil Facebook @Roti Go.....	65
Gambar 4.14 Profil Tik Tok @Toko Roti Go	66
Gambar 4.15 Profil Tik Tok @Toko Roti Go	66

DAFTAR ISTILAH

1. *Brand Heritage* : Konsep merek yang menekankan nilai sejarah, kontinuitas, simbol, dan identitas yang diwariskan lintas generasi serta dimaknai sebagai aset strategis merek.
2. *Track Record* : Rekam jejak merek dalam mempertahankan konsistensi kualitas, nilai, dan janji merek sejak awal berdiri hingga masa kini.
3. *Longevity* : Keberlangsungan merek dalam jangka waktu panjang yang menunjukkan kemampuan bertahan dan beradaptasi lintas generasi.
4. *Core Values* (Nilai Inti) : Nilai-nilai dasar yang menjadi pedoman pengelolaan usaha dan diwariskan secara turun-temurun, seperti komitmen terhadap kualitas, kejujuran, dan konsistensi.
5. *Use of Symbols* (Penggunaan Simbol) : Pemanfaatan elemen visual seperti logo, desain toko, kemasan, dan atribut lain sebagai representasi identitas dan nilai merek.
6. *History* (Sejarah Merek) : Narasi masa lalu merek yang mencakup asal-usul, perjalanan usaha, dan peristiwa penting yang membentuk identitas merek.
7. *Food Communication* : Pendekatan komunikasi yang memaknai makanan sebagai medium penyampai pesan budaya, nilai, identitas, dan sejarah kepada konsumen.
8. *Loyalitas Konsumen* : Kecenderungan konsumen untuk terus memilih dan menggunakan produk merek tertentu secara konsisten dalam jangka waktu panjang.

9. Nilai Historis : Makna sejarah yang melekat pada merek, lokasi usaha, atau produk sebagai bagian dari warisan budaya dan memori kolektif masyarakat.
10. Eksistensi Merek : Kemampuan merek untuk tetap dikenal, dipercaya, dan digunakan oleh konsumen di tengah perubahan zaman.
11. Modernisasi : Proses perubahan yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, gaya hidup, dan preferensi konsumen masa kini.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1

Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

Lampiran 5. Dokumentasi

