

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------|
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT..... | v |
| MOTTO | vi |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR DIAGRAM..... | xiv |
| DAFTAR SINGKATAN | xv |
| DAFTAR ISTILAH | xvi |
| INTISARI..... | xviii |
| ABSTRACT..... | xix |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Tinjauan Pustaka | 8 |
| 1.6 Landasan Teori | 12 |
| 1.7 Metode Penelitian..... | 18 |
| 1.7.1 Lokasi dan Waktu Penelitian | 19 |
| 1.7.2 Metode Pengumpulan Data | 19 |
| 1.7.3 Metode Analisis Data..... | 24 |
| 1.8 Sistematika Penulisan..... | 25 |
| BAB II GAMBARAN UMUM DESA WISATA TLAHAB, KLEDUNG, TEMANGGUNG DAN PRODUK KOPI TRIP | 26 |
| 2.1 Gambaran Umum Desa Wisata Tlahab, Kledung, Temanggung | 26 |
| 2.1.1 Kondisi Geografis dan Demografis Desa Wisata Tlahab | 26 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 2.1.2 | Sejarah berdirinya Desa Wisata Tlahab | 28 |
| 2.2 | Kopi Trip Desa Wisata Tlahab | 29 |
| 2.2.1 | Sejarah Kopi Trip | 29 |
| 2.2.2 | Komponen 4A Kopi Trip Desa Wisata Tlahab | 31 |
| 2.2.3 | Target Pasar Produk Kopi Trip | 46 |
| BAB III ANALISIS PEMAHAMAN DAN UPAYA CUSTOMER JOURNEY KOPi TRIP OLEH PENGELOLA PASCA PANDEMI | | 48 |
| 3.1 | Analisis Usaha Pengelola Dalam Memenuhi Customer Journey | 48 |
| 3.1.1 | <i>Attention</i> (Perhatian) | 48 |
| 3.1.2 | <i>Interest</i> (Minat) | 56 |
| 3.1.3 | <i>Search</i> (Mencari)..... | 59 |
| 3.1.4 | <i>Action</i> (Aksi) | 62 |
| 3.1.5 | <i>Share</i> (Membagikan)..... | 64 |
| 3.2 | Upaya Pemenuhan Customer Journey AISAS Kopi Trip di Era Pasca Pandemi Covid-19 | 66 |
| 3.2.1 | Upaya Pemenuhan Customer Journey pada Komponen <i>Attention</i> . | 69 |
| 3.2.2 | Upaya Pemenuhan Customer Journey pada Komponen <i>Interest</i> | 71 |
| 3.2.3 | Upaya Pemenuhan <i>Customer Journey</i> pada Komponen <i>Search</i> | 74 |
| 3.2.4 | Upaya Pemenuhan <i>Customer Journey</i> pada Komponen <i>Action</i> | 77 |
| 3.2.5 | Upaya Pemenuhan <i>Customer Journey</i> pada Komponen <i>Share</i> | 78 |
| BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN | | 73 |
| 4.1 | Kesimpulan..... | 73 |
| 4.2 | Saran | 75 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 76 |
| DAFTAR LAMPIRAN | | 80 |