DAFTAR ISI

DAFTAR ISI ..... **i**
DAFTAR TABEL ..... **iii**
DAFTAR GAMBAR ..... **v**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 1
1.2 Latar Belakang 3
1.3 Perumusan Masalah 11
1.4 Tujuan Penelitian 12
1.5 Manfaat Penelitian 12
1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir 13
BAB II **15**
TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Teori dan Penelitian Terdahulu 15
2.1.1 Pemasaran Digital 15
2.1.2 Strategi Pemasaran Digital 16
2.1.3 Analisis Lingkungan Pemasaran 16
2.1.4 Segmenting, Targeting, Positioning (STP) 20
2.1.9 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) 27
2.2 Penelitian Terdahulu 33
2.3 Kerangka Pemikiran 44
BAB III **47**
METODE PENELITIAN **47**
3.1 Jenis Penelitian 47
3.2 Operasional Variabel 48
3.3 Tahapan Penelitian 62
3.4 Sampel dan Situasi Sosial 63
3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data 65
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas 66

3.7 Teknik Analisis Data 68
BAB IV 70
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 70
4.1 Karakteristik Narasumber 70
4.2 Hasil Penelitian 72
4.2.1 Analisis Situasi 74
4.2.2 Segmenting, Targeting, dan Positioning (STP) 90
4.2.3 Bauran Pemasaran Coffee Colada 95
4.2.4 Analisis SWOT 113
4.3 Uji Validitas 125
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian 126
4.4.1 Coffee Colada diantara Para Kompetitor 126
4.4.2 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) 127
BAB V 141
KESIMPULAN DAN SARAN 141
5.1 Kesimpulan 141
DAFTAR PUSTAKA 144