

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Online Instagram Coffee Shop.....	7
Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian.....	12
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Unit Analisis Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Karakteristik Informan Kunci.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik Informan Pendukung.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Informan Ahli.....	53
Tabel 4.4 Hasil Wawancara Informan Kunci mengenai Coffee Shop @tigapagicoffeespace.....	56
Tabel 4.5 Hasil Wawancara Informan Pendukung Terkait Coffee Shop @tigapagicoffeespace.....	59
Tabel 4.6 Hasil Wawancara Informan Kunci Mengenai Pemilihan Instagram sebagai MediaPemasaran.....	63
Tabel 4.7 Hasil Wawancara Informan Kunci Mengenai Penggunaan Fitur Instagram @tagipagicoffeespace.....	66
Tabel 4.8 Hasil Wawancara Informan Pendukung Mengenai Entertainment.....	69
Tabel 4.9 Hasil Wawancara Informan Pendukung Mengani Interaction.....	72
Tabel 4.10 Hasil Wawancara Informan Pendukung Menganai Trendiness.....	75
Tabel 4.11 Hasil Wawancara Informan Pendukung Mengenai Customization.....	78
Tabel 4.12 Hasil Wawancara Informan Pendukung Mengenai Word of Mouth.....	81
Tabel 4.13 Hasil Wawancara Informan Ahli Mengenai Instagram Sebagai Media Bisnis di Era 4.0.....	84
Tabel 4.14 Observasi Karakteristik <i>Entertainment</i>	97
Tabel 4.15 Observasi Karakteristik <i>Interaction</i>	98
Tabel 4.16 Observasi Karakteristik <i>Trendiness</i>	100
Tabel 4.17 Observasi Karakteristik <i>Customization</i>	101
Tabel 4.18 Observasi Karakteristik <i>Word of Mouth</i>	102

