

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Tujuan Penelitian.....	10
1.3. Pertanyaan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1. Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2 Literatur Perbandingan Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.2.1 Teknik Penentuan Informan	28
3.4 Metode Analisis dan Keabsahan Data	35

BAB IV PEMBAHASAN.....	37
4.1. Perkilanan (<i>Advertising</i>).....	47
4.2. Events dan Experiences.....	53
4.3. Public Relations dan Publicity.....	63
4.4. Online and Social Media Marketing.....	65
4.5. Personal Selling.....	68
4.6. Mobile Marketing.....	70
4.7. Direct and Database Marketing.....	70
4.8. Sales Promotion.....	71
BAB V KESIMPULAN.....	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	78
5.2.1. Saran Praktis.....	78
5.2.2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. 1 Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021	2
Tabel 1.1. 2 Jumlah Kedai Makanan dan Minuman di DKI Jakarta	8
Tabel 2.2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.2. 1 Tabel Panduan Pertanyaan Informan.....	34
Tabel 3.2. 2 Tabel Informasi Informan.....	35