

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
<b>RINGKESAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1. Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian</b> .....	6
<b>1.2.1. Fokus Penelitian</b> .....	6
<b>1.2.2. Pertanyaan Penelitian</b> .....	6
<b>1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian</b> .....	6
<b>1.3.1. Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.3.2. Kegunaan Penelitian</b> .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	8
<b>2.1. Kajian Literatur</b> .....	8
<b>2.1.1. Review Penelitian Sejenis</b> .....	8
<b>2.2. Kerangka Konseptual</b> .....	19
<b>2.2.1. Komunikasi</b> .....	19
<b>2.2.2. Strategi Komunikasi</b> .....	33
<b>2.2.3. Komunikasi Pemasaran</b> .....	35
<b>2.2.4. Minat Konsumen</b> .....	41
<b>2.2.5. Coffee Shop</b> .....	42
<b>2.3. Kerangka Teoritis</b> .....	43
<b>2.3.1. Konsep Promotion Mix</b> .....	44
<b>2.3.2. Komponen IMC</b> .....	46

2.4.	<b>Kerangka Pemikiran</b>	49
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		51
3.1.	<b>Subjek Penelitian</b>	51
3.2.	<b>Objek Penelitian</b>	52
3.3.	<b>Metodologi Penelitian</b>	53
3.3.1.	<b>Desain/Paradigma Penelitian</b>	54
3.3.2.	<b>Prosedur Pengumpulan Data</b>	55
3.3.3.	<b>Rancangan Analisis Data</b>	58
3.3.4.	<b>Kredibilitas dan Tingkat Kepercayaan Hasil Penelitian</b>	59
3.4.	<b>Membuka Akses dan Menjalinkan Hubungan Dengan Subjek Penelitian</b>	60
3.5.	<b>Lokasi dan Jadwal Penelitian</b>	61
3.5.1.	<b>Lokasi Penelitian</b>	61
3.5.2.	<b>Jadwal Penelitian</b>	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		62
4.1.	<b>Deskripsi Informan</b>	62
4.2.	<b>Hasil Penelitian</b>	68
4.2.1.	<b>Proses Komunikasi Pemasaran DPOM Coffee Karawang</b>	70
4.3.	<b>Pembahasan Penelitian</b>	106
4.3.1.	<b>Mengenai Strategi <i>Advertising</i> DPOM Coffee Karawang</b>	106
4.3.2.	<b>Mengenai Strategi <i>Sales Promotion</i> DPOM Coffee Karawang</b>	107
4.3.3.	<b>Mengenai Strategi <i>Public Relations</i> DPOM Coffee Karawang</b>	108
4.3.4.	<b>Mengenai Strategi <i>Direct Selling</i> DPOM Coffee Karawang</b>	109
4.3.5.	<b>Faktor Pendukung dan Penghambat</b>	110
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>		114
5.1.	<b>Kesimpulan</b>	114
5.2.	<b>Saran</b>	116
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		118
<b>LAMPIRAN</b>		119

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis .....</b>	<b>12</b>
<b>Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.2.1.1. 1 Tabulasi Informan Mengenai <i>Advertising</i> .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4.2.1.2. 1 Tabulasi Informan Mengenai <i>Sales Promotion</i> .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4.2.1.3. 1 Tabulasi Informan Mengenai <i>Public Relations</i> .....</b>	<b>95</b>
<b>Tabel 4.2.1.4. 1 Tabulasi Informan Mengenai <i>Direct Selling</i> .....</b>	<b>104</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 4.2.1.1. 1 Instagram DPOM Coffee Karawang .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.2.1.1. 2 Facebook DPOM Coffee Karawang.....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 4.2.1.2. 1 Promo Pagi Ngopi DPOM Coffee Karawang.....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4.2.1.2. 2 Promo Tumbler DPOM Coffee Karawang .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4.2.1.2. 3 Promo DPOM Lunch .....</b>	<b>81</b>
<b>Gambar 4.2.1.3. 1 Pelayanan Customer DPOM Coffee Karawang .....</b>	<b>90</b>
<b>Gambar 4.2.1.3. 2 Event Live Akustik DPOM Coffee Karawang.....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 4.2.1.3. 3 Event Nobar Bola DPOM Coffee Karawang .....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 4.2.1.3. 4 Event Mini Konser DPOM Coffee Karawang .....</b>	<b>91</b>
<b>Gambar 4.2.1.3. 5 Event DPOM Showcase.....</b>	<b>92</b>
<b>Gambar 4.2.1.3. 6 Event Kolaborasi DPOM Coffee Karawang .....</b>	<b>92</b>
<b>Gambar 4.2.1.4. 1 Direct Selling DPOM Coffee Karawang.....</b>	<b>101</b>
<b>Gambar 4.2.1.4. 2 Layanan Drive Thru DPOM Coffee Karawang .....</b>	<b>101</b>