

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
INTISARI.....	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Batasan Masalah.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kafe Kopi	8
2.2 Kendala Kafe Kopi	9
2.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	9
2.4 Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu	14
2.5 <i>Honeycomb Framework</i>	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	26

3.3 Objek Penelitian	27
3.4 Pengumpulan Data	27
3.4.1 Data Primer	27
3.4.2 Data Sekunder.....	28
3.5 Penentuan Sampel Penelitian	28
3.6 Pengolahan dan Analisis Data	31
3.6.1 Analisis Tematik	31
3.6.2 Analisis Naratif Interpretif.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.2 Profil Objek Penelitian	34
4.3 Implementasi IMC di Kafe Kopi.....	39
4.3.1 Tidak Menerapkan IMC.....	41
4.3.2 Implementasi IMC yang tidak Disengaja	43
4.3.3 Implementasi IMC Terstruktur	44
4.4 Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu	45
4.4.1 Perencanaan Integrated Marketing Communication.....	46
4.4.2 Implementasi Integrated Marketing Communication Mix	60
4.4.3 Evaluasi dan Kontrol	75
4.5 Pemanfaatan 7 Blok Media Sosial.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98