

DAFTAR ISI

<u>HALAMAN PERSETUJUAN</u>	II
<u>MOTTO</u>	III
<u>HALAMAN PERSEMBAHAN</u>	IV
<u>HALAMAN PENGESAHAN</u>	V
<u>HALAMAN PERNYATAAN</u>	VI
<u>KATA PENGANTAR</u>	VII
<u>ABSTRAK</u>	XIV
<u>ABSTRACT</u>	XV
<u>BAB I</u>	1
<u>PENDAHULUAN</u>	1
<u>1.1 Latar Belakang</u>	1
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	10
<u>1.3 Tujuan Penelitian</u>	10
<u>1.4 Manfaat Penelitian</u>	11
<u>1.5 Kerangka Teori</u>	11
<u>BAB II</u>	21
<u>TINJAUAN PUSTAKA</u>	21
<u>2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran</u>	21
<u>2.2 Proses Perencanaan Pemasaran</u>	25
<u>2.3 Community Marketing</u>	39
<u>2.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran</u>	41
<u>2.5 Strategi Untuk Komunikasi Pemasaran yang Efektif</u>	43
<u>2.6 Media Sosial</u>	44
<u>2.7 Instagram</u>	47
<u>2.8 Penelitian Terdahulu</u>	49
<u>BAB III</u>	52
<u>METODE PENELITIAN</u>	52
<u>3.1 Jenis Penelitian</u>	52
<u>3.2 Objek Penelitian</u>	52
<u>3.3 Sumber Data</u>	53
<u>3.4 Teknik Pengumpulan Data</u>	53
<u>3.5 Keabsahan Data</u>	55
<u>3.6 Teknik Analisis Data</u>	56

<u>BAB IV</u>	58
<u>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</u>	58
<u>4.1</u> <u>Deskripsi Perusahaan</u>	58
<u>4.2</u> <u>Hasil Penelitian Komunikasi Pemasaran JRNY Coffee And</u> <u>Records dalam Meningkatkan Penjualan</u>	64
<u>4.3</u> <u>Pembahasan</u>	126
<u>BAB V</u>	142
<u>PENUTUP</u>	142
<u>5.1</u> <u>Kesimpulan</u>	142
<u>5.2</u> <u>Saran</u>	143
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	145
<u>LAMPIRAN</u>	148