

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.4. Kerangka Pemikiran dan Kerangka Konsep.....	8
1.4.1. Teori Elaboration Likelihood Model (ELM).....	8
1.4.2. <i>Brand Activation</i>	11
1.4.3. <i>Brand Awareness</i>	13
1.5. Alur Pemikiran	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. <i>Brand</i>	17
2.2. <i>Brand Activation</i>	20
2.3. <i>Brand Activation</i> Bagian dan Kegiatan Pemasaran.....	26
2.2 Kreatifitas dalam <i>Brand Activation</i>	30
2.3. Bentuk-bentuk <i>Brand Activation</i>	34
2.4. Penelitian Sebelumnya	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1. Jenis Penelitian	39

3.2.	Teknik Pengumpulan Data	41
3.3.	Sumber Data	42
3.4.	Lokasi Penelitian	43
3.5.	Teknik Analisis Data	43
3.6.	Keabsahan Data	46
BAB IV_HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		48
4.1.	Deskripsi Obyek Penelitian	48
4.2.	Hasil Penelitian.....	60
4.3.	Pembahasan	88
BAB V_PENUTUP.....		96
5.1.	Kesimpulan.....	96
5.2.	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA		99

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1. Daftar Informan.....	43
----------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Tren Konsumsi Kopi Domestik.....	1
Gambar 1. 2. Carney Creativity and Space dari depan	3
Gambar 1. 3. Salah Satu fasilitas tempat duduk <i>Carney Creativity and Space</i>	4
Gambar 1. 4. Salah Satu fasilitas spot foto di <i>Carney Creativity and Space</i> yang diunggah di instagram pribadi customer.....	6
Gambar 1. 5. Kerangka Alur Penelitian	15
Gambar 4. 1. Suasana Carney	49
Gambar 4. 2. Suasana Carney	49
Gambar 4. 3. Suasana outdoor Carney.....	50
Gambar 4. 4. Customer berfoto di salah satu spot Carney.....	51
Gambar 4. 5. Salah satu tempat duduk di Carney dengan nuansa putih	51
Gambar 4. 6. Salah satu spot foto bernuansa putih dengan jendela yang besar....	52
Gambar 4. 7. Salah satu spot outdoor Carney.....	52
Gambar 4. 8. Salah satu spot favorit customer.....	53
Gambar 4. 9. Spot Carney yang multifungsi untuk berkumpul dan mengerjakan tugas.....	53
Gambar 4. 10. Struktur Organisasi <i>Carney Creativity and Space</i>	55
Gambar 4. 11. Produk-produk <i>Carney Creativity and Space</i>	59
Gambar 4. 12. Salah satu unggahan influencer yang menarik perhatian customer	63
Gambar 4. 13. Promosi melalui TikTok	71
Gambar 4. 14. Salah satu unggahan pribadi customer yang dipost ulang dalam story instagram Carney.....	81
Gambar 4. 15. Unggahan customer yang dipost ulang dalam story instagram Carney.....	82
Gambar 4. 16. Penerapan <i>Brand Activation Carney Creativity and Space</i>	86