

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	25
1.3 Tujuan Penelitian	25
1.4 Manfaat Penelitian	25
1.5 Kerangka Konsep	26
1.6 Kerangka Pemikiran	31
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	32
2.1 Peranan Media Sosial dalam Pemasaran	32
2.2 Peranan <i>Electronic Word-Of-Mouth</i> dalam Pemasaran	33
2.3 <i>Hastag</i> (Tagar)	34

2.4 Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Subjek Penelitian	45
3.3 Sumber Data	46
3.3.1 Data Primer	46
3.3.2 Data Sekunder	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data	50
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Teknik Keabsahan Data.....	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Profil Wuzz Coffee	53
4.1.1 Visi Misi Wuzz Coffee	55
4.1.2 Lokasi Wuzz Coffee	56
4.2 <i>Unaware of Brand</i>	
4.2.1 Rendahnya Kesadaran Awal terhadap Merek.....	57
4.2.2 Rendahnya Aktivitas <i>Brand</i> di Media Sosial.....	58
4.3 <i>Brand Recognition</i>	59
4.3.1 Paparan Visual Merek melalui Media Sosial	59
4.3.2 Konsistensi Penggunaan <i>Hashtag</i>	64
4.3.3 <i>Reposting</i> Konten	75
4.3.4 Reaksi Konsumen terhadap Identitas Visual	76
4.3.5 Peran <i>Influencer</i> dalam Memperkenalkan Merek	82

4.3.6 Saluran Pengenalan Merek	84
4.3.7 Konsumen dalam Penyebutan Merek.....	85
4.3.8 Posisi Wuzz Coffee dalam Kategori <i>Street Coffee</i>	87
4.3.9 Lokasi dan Pengalaman Konsumen.....	90
BAB V PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Hasil penelitian terdahulu.....	26
Tabel 4.1. Lokasi dan Jam Operasional Wuzz Coffee	43
Tabel 4.2. Lokasi dan jam operasional Wuzz Coffee.....	48
Tabel 4.3 Konten <i>Influencer</i>	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Outlet Soemadipuran.....	1
Gambar 1.2. Contoh <i>coffee bike</i> dengan motor Astrea dan motor Sespan Wuzz Coffee.	2
Gambar 1.3. <i>Food Truck</i> , <i>Coffee Bike</i> dan Kios Wuzz Coffee	6
Gambar 1.4. Sosial Media TikTok dan Instagram Wuzz Coffee	8
Gambar 1.5. Piramida Brand Awareness	9
Gambar 4.1. Akun Media Sosial Wuzz Coffee	44
Gambar 4.2. Konten Wuzz Coffee.....	51
Gambar 4.3. Logo Wuzz Coffee di Setiap Cabang dan Cup.....	52
Gambar 4.4. Banner Peraturan Daerah Yogyakarta	56
Gambar 4.5. Banner <i>Hashtag</i> di cabang RATM.....	57
Gambar 4.6. Konten #WuzzMemangillll	73
Gambar 4.7. <i>Reposting Story</i> Instagram Pelanggan dan Postingan Ulang TikTok Wuzz	74
Gambar 4.8. Komentar Warganet di TikTok pada akun <i>Influencer</i>	80
Gambar 4.9. Ulasan Warganet pada <i>Google Maps</i>	85
Gambar 4.10 Total Kedai Kopi di Jogja.....	89