

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN KESEDIAAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
1.2.1 Identifikasi Masalah	6
1.2.2 Pembatasan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoretis (Akademis).....	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.6 Penegasan Istilah	13
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
2.1 Kajian Teori.....	16
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu (<i>Integrated Marketing Communication</i> atau IMC).....	16

2.1.2	<i>Theory Model of Copy-Testing Effect</i>	22
2.2	Penelitian Terdahulu	27
BAB III		31
METODE PENELITIAN		31
3.1	Rancangan Penelitian	31
3.2	Penentuan Informan dan Sampel Penelitian.....	34
3.3	Instrumen Penelitian.....	36
3.3.1	Instrumen Kualitatif	36
3.3.2	Instrumen Kuantitatif	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.5	Teknik Analisis Data	41
3.5.1	Analisis Data Kualitatif.....	41
3.5.2	Analisis Data Kuantitatif.....	42
BAB IV		48
PAPARAN DATA PENELITIAN		48
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
4.2	Analisis Data Kuantitatif.....	50
4.2.1	Karakteristik Responden	50
4.2.2	Uji Validitas Instrumen	53
4.2.3	Uji Reliabilitas Instrumen	54
4.2.4	Analisis Data <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i>	55
4.3	Analisis Data Pendukung Kualitatif.....	65
4.4	Hasil Pengembangan Strategi <i>Marketing Communication</i>	69
BAB V.....		73
PEMBAHASAN		73
5.1	Kondisi Komunikasi Pemasaran Kedai Dikasih Kopi Sebelum Pengembangan Strategi Marketing Communication (IMC)	73
5.2	Pengembangan Strategi Marketing Communication Mix pada UMKM Berkelanjutan Kedai Dikasih Kopi.....	77
5.3	Efektivitas Pengembangan Strategi <i>Marketing Communication</i> dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Pemasaran.....	80
BAB VI		88
PENUTUP.....		88

6.1	Kesimpulan.....	88
6.2	Implikasi Penelitian.....	89
6.2.1	Implikasi Teoritis.....	89
6.2.2	Implikasi Praktis	90
6.3	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....		93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Model Evaluasi Komunikasi Pemasaran dalam IMC	18
Tabel 2.2 Aspek dan Indikator <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> ...	19
Tabel 2.3 Aspek dan Indikator Variabel <i>Copy Testing</i>	23
Tabel 3.1 Kisi-kisi Pedoman wawancara Strategi Komunikasi Pemasaran IMC	38
Tabel 3.2 Kisi-kisi Kuesioner <i>Copy Testing</i>	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Pre-Test Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Pre-Test Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Post-Test Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Post-Test Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.5 Rekapitulasi Uji Validitas Instrumen	53
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.7 Nilai Rata-rata Pre-Test dan Post-Test	55
Tabel 4.8 Nilai Selisih	56
Tabel 4.9 Kategori Skor Pre-Test	57
Tabel 4.10 Kategori Skor Post Test.....	57
Tabel 4.11 Pengetahuan Responden Terhadap Konten Promosi Kedai Dikasih Kopi.....	58
Tabel 4.12 Tingkat Pengenalan Logo dan Nama Kedai Dikasih Kopi	59
Tabel 4.13 Pengetahuan Responden Mengenai Kedai Dikasih Kopi melalui Google Search.....	60
Tabel 4.14 Ingatan Responden Mengenai Konten Promosi Kedai Dikasih Kopi .	60
Tabel 4.15 Pemahaman Responden Terhadap Konsep Ramah Lingkungan Kedai Dikasih Kopi	61
Tabel 4.16 Pemahaman Konten dengan Gambar Penyu Kedai Dikasih Kopi	61
Tabel 4.17 Tingkat Kesukaan Konten Kedai Dikasih Kopi di Instragram.....	62
Tabel 4.18 Ketertarikan Responden untuk Mengunjungi Kedai Dikasih Kopi Berdasarkan Reaksi di Sosial Media.....	62
Tabel 4.19 Penggunaan Konten Diskon Saat Membeli di Kedai Dikasih Kopi....	63
Tabel 4.20 Niat Mengunjungi Kedai Dikasih Kopi	63

Tabel 4.21 Rekomendasi Kepada Teman dan Kerabat.....	64
Tabel 4.22 Metode Pembayaran Pengunjung Kedai Dikasih Kopi.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rancangan Penelitian	33
Gambar 4.1 Pengaplikasian Logo pada Media Tambah.....	70
Gambar 4.2 Konten Edukasi	70
Gambar 4.3 Profil Kedai	71
Gambar 4.4 QR Code Ulasan Gmaps	71
Gambar 4.5 QRIS.....	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian	97
Lampiran 2 Kartu Bimbingan	98
Lampiran 3 Validasi Ahli	99
Lampiran 4 Pedoman Wawancara Penelitian.....	101
Lampiran 5 Instrumen Penelitian.....	103
Lampiran 6 Dokumentasi.....	113
Lampiran 7 Hasil Validasi Instrumen.....	114
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	116
Lampiran 9 Kategori Skor Hasil Pre-Test.....	118
Lampiran 10 Kategori Skor Hasil Post-Test	120
Lampiran 11 Mean Pre-Test.....	122
Lampiran 12 Mean <i>Post-Test</i>	124
Lampiran 13 Distribusi per item	126
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	137