

## Daftar isi

SURAT PERNYATAAN.....	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
TANDA PERSETUJUAN SIDANG.....	III
KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VI
ABSTRAK.....	VII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Landasan Teoritis.....	8
2.3 Definisi Konsep.....	17
2.4 Kerangka Berfikir.....	17
BAB III.....	18
METODE PENELITIAN.....	18
3.1 Metode Penelitian.....	18
3.2 Sumber Data.....	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4 Validitas Data.....	23
3.5 Teknik Analisis Data.....	25
Bab IV.....	26
HASIL PENELITIAN.....	27
4.1 Subjek Penelitian.....	28
4.2 <i>Integrated Marketing Communication</i> Kopi Janji Jiwa Saat Pandemi Covid - 19.....	32
4.3 Analisa Model Kemungkinan Elaborasi yang di Terapkan Kopi Janji Jiwa.....	34

4.4 Brand/ Merek.....	35
Bab V.....	38
PEMBAHASAN.....	38
5.1 Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Dalam Pandemi Covid -19.....	38
5.2 <i>Integrated Marketing Communication</i> Kopi Janji Jiwa Saat Pandemi Covid - 19.....	39
5.3 Analisis dari brand Kopi Janji Jiwa.....	40
5.4 Perbandingan Hasil penelitian dengan Penelitian terdahulu.....	40
Bab VI.....	42
PENUTUP.....	42
6.1 Kesimpulan.....	42
6.2 Saran.....	43
Daftar Pustaka.....	44
Lampiran.....	46
Lampiran 2.....	59

## Daftar Gambar

Gambar 1,1.....	26
Gambar 1,2.....	28
Gambar 1,3.....	30
Gambar 1,4.....	31
Gambar 1,5.....	32
Gambar 1,6.....	33
Gambar 1,7.....	34
Gambar 1,8.....	37
Gambar 1,9.....	38
Gambar 1,10.....	39