

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERNYATAAN | 3 |
| KATA PENGANTAR..... | i |
| ABSTRAK..... | iii |
| <i>ABSTRACT</i> | iv |
| DAFTAR ISI..... | v |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| DAFTAR TABEL | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | 9 |
| 1.1 Latar Belakang | 9 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 13 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian | 13 |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis | 13 |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis | 13 |
| BAB II..... | 14 |
| KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR | 14 |
| 2.1 Pemasaran | 14 |
| 2.1.1 Peranan Pemasaran | 15 |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran..... | 16 |
| 2.2 Strategi Pemasaran | 19 |
| 2.2.1 Bauran Pemasaran | 22 |
| 2.3 Promosi | 28 |
| 2.3.1 Tujuan promosi | 29 |
| 2.3.2 Jenis jenis promosi..... | 30 |
| 2.3.3 Bauran promosi..... | 32 |
| 2.4 Coffee Shop..... | 33 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu | 33 |
| 2.6 Kerangka Berpikir..... | 36 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 37 |
| 3.1 Objek penelitian | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 3.2 Metode penelitian | 37 |
| 3.3 Jadwal penelitian..... | 38 |
| 3.4 Teknik pengumpulan data | 38 |
| 3.5 Teknik Analisis Data | 39 |
| BAB IV Data Dan Pembahasan | 40 |
| 4.1 Profile Starbucks | 40 |
| 4.1.1 Sejarah Starbucks | 40 |
| 4.2 Data Dan Pembahasan..... | 43 |
| 4.2.1 Strategi promosi starbucks dengan brand lain..... | 43 |
| 4.2.2 strategi promosi starbucks | 50 |
| 4.3 Hasil Jawaban Dari Responden | 55 |
| 4.3.1 Jawaban Kuesioner Mengenai Pertanyaan Tentang Strategi Promosi Starbucks Pada Masa Pandemi COVID-19 | 55 |
| 4.4 Keefektifitasan Strategi Promosi..... | 65 |
| BAB V..... | 67 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 67 |
| 5.1 kesimpulan..... | 67 |
| 5.2 Saran | 68 |
| 5.3 Dokumentasi | 69 |
| DAFTAR PUSTAKA | 71 |