

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 4 Hierarki brand awareness (Sumber: Kompas.com).....	27
Gambar 2. 7 Kerangka pemikiran peneliti.....	30
Gambar 3. 1 Komponen-Komponen Analisis Data (Sumber: Morrison, 2019)	42
Gambar 4. 1 Laporan Data Instagram Ads Stuja Coffee (Sumber: Doc. Pribadi Tim Marketing Stuja Coffee).....	49
Gambar 4. 2 Persentase Konten dari akun Stuja Coffee (Sumber: Doc. Pribadi Tim Marketing Stuja Coffee).....	50
Gambar 4. 3 Promosi produk Stuja Coffee (Sumber: Instagram.com/Stuja Coffee)	51
Gambar 4. 4 Penjualan WA yang dilakukan secara blast (Sumber: Doc. Pribadi Peneliti)	53
Gambar 4. 5 Foto kegiatan intimate show Rendy Pandugo di Stuja Coffee Cipete (Sumber: Golali.id)	56
Gambar 4. 6 Kegiatan show dadakan Sal Priadi di Stuja Kerobokan (Sumber: Voi.id)....	56
Gambar 4. 7 Owner Stuja Coffee dalam event musik (Sumber: Instagram/ ayudiac).....	58
Gambar 4. 8 Foto pegawai Stuja Coffee Indonesia (Sumber: Instagram.com/StujaCoffee)	60
Gambar 4. 9 Instagram Stuja Coffee (Sumber: Instagram.com/StujaCoffee	63
Gambar 4. 12. Komentar pada unggahan Merapat Vol.II (Sumber: Instagram/ Stuja Coffee).....	68
Gambar 4. 13. Unggahan konten giveaway Stuja Coffee (Sumber: Instagram/ Stuja Coffee).....	69
Gambar 4. 14. Poster Line up event Merapat Vol. I (Sumber: Instagram/ Stuja Coffee)..	71