

**IMPLEMENTASI PEMASARAN BERBASIS KOMUNITAS UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada “Kios Domisili Sekitar” Kota Kediri)**

**SKRIPSI**



**OLEH  
MUHAMMAD ‘AINUN NA’IM  
NIM: 20401156**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI  
2025**

**IMPLEMENTASI PEMASARAN BERBASIS KOMUNITAS UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada “Kios Domisili Sekitar” Kota Kediri)**

SKRIPSI

Diajukan kepada  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan  
Dalam menyelesaikan program Sarjana Ekonomi (S.E.)

Disusun Oleh:

**MUHAMMAD ‘AINUN NA’IM**  
**NIM. 20401156**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI  
2025**

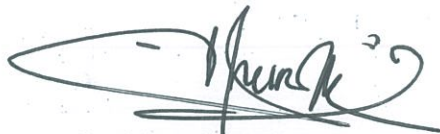
**HALAMAN PERSETUJUAN**

**IMPLEMENTASI PEMASARAN BERBASIS KOMUNITAS UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada “Kios Domisili Sekitar” Kota Kediri)**

**MUHAMMAD ‘AINUN NA’IM  
NIM: 20401156**

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum.  
NIP. 198001312003122003

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, M.E.I.  
NIP. 198310302023211007

**NOTA DINAS**

Kediri, 26 Desember 2025

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo  
Kediri

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Muhammad 'Ainun Na'im

NIM : 20401156

Judul : Implementasi Pemasaran Berbasis Komunitas untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada "Kios Domisili Sekitar" Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Strata Satu (S-1).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I



Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum.  
NIP. 198001312003122003

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, M.E.I.  
NIP. 198310302023211007

## NOTA PEMBIMBING

Kediri, 9 Januari 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas  
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada  
Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri  
Di  
Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo  
Kediri

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Muhammad 'Ainun Na'im

NIM : 20401156

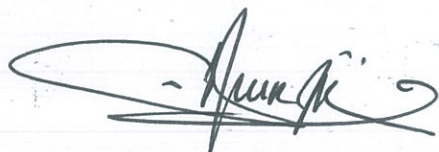
Judul : Implementasi Pemasaran Berbasis Komunitas untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada "Kios Domisili Sekitar" Kota Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai petunjuk dan tuntutan yang telah diberikan dalam sidang munaqosah yang dilaksanakan pada tanggal 9 Januari 2026 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Pembimbing I



Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum.  
NIP. 198001312003122003

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, M.E.I.  
NIP. 198310302023211007

**HALAMAN PENGESAHAN**

**IMPLEMENTASI PEMASARAN BERBASIS KOMUNITAS UNTUK  
MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN  
(Studi Pada “Kios Domisili Sekitar” Kota Kediri)**


**MUHAMMAD ‘AINUN NA’IM**

NIM. 20401156

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri  
Pada tanggal 9 Januari 2026

Tim Penguji,

1. Penguji Utama  
Sidanatul Janah, S.H.I., M.H.  
NIP. 199303162019032010

  
(.....)

2. Penguji I  
Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum.  
NIP. 198001312003122003

  
(.....)

3. Penguji II  
Moch. Zainuddin, M.E.I.  
NIP. 198310302023211007

  
(.....)

Kediri, 13 Maret 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. H. Imam Annas Mushlih, M.H.I  
NIP. 197501011998031002

## HALAMAN MOTTO

مفتني من دفتعي من نملكو # مفر هداقتعا بسدي تفللا ذا

"Seorang pemuda diangkat derajatnya sesuai dengan kadar keyakinannya. Sedangkan siapa saja yang tidak memiliki keyakinan, maka tidak akan bisa mengambil manfaat."

- Syekh Syarafuddin Yahya Abil Khair Al-Imrithi  
Dalam Kitab Nadham al-Imrithi

\*\*

“Revolusi Terbesar Hari Ini Adalah Melanjutkan Hidup”

\*\*

“Hidup Ini Adalah Yang Terakhir”

## PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MUHAMMAD 'AINUN NA'IM

NIM : 20401156

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini dengan judul IMPLEMENTASI PEMASARAN BERBASIS KOMUNITAS UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN (STUDI PADA “KIOS DOMISILI SEKITAR” KOTA KEDIRI) adalah benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian atau sepenuhnya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa hasil skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau sepenuhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 26 Desember 2025  
Yang Membuat Pernyataan,



MUHAMMAD 'AINUN NA'IM

NIM. 20401156

## HALAMAN PERSEMBAHAN

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Dengan menyebut nama Allah swt. yang Maha Pengasih lagi Maha Pengasih. Sifat *Rahman* bagi setiap makhluk-Nya yang tanpa terkecuali, *Rahmat* yang begitu luar biasa sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan sangat antusias juga menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu peneliti, Ibu Siti Mahsunah. Manusia paripurna, yang hadirnya tiada banding dengan siapapun di dunia. Orang yang kekal hidup di hati saya, sosok yang selalu menghidupi jiwa kami, bertiga. Penelitian ini saya persembahkan sedalam-dalamnya, untuk tangisnya, untuk tangisnya, dan untuk harapannya. Dan bahwa proses ini ditanggung mahal dengan kepergiannya. Terimakasih atas segala pemberianmu. Mohon izin dan restumu. *Rest in believe, al-fatihah.*
2. Bapak peneliti, Muhsinin. Pribadi yang tidak begitu banyak kata. Sosok yang pandai menyembunyikan air mata dibalik keteguhan batinnya. Figur tabah, dan sangat sabar, serta maskulin, yang mampu merobohkan keangkuhan anak sulungnya. Terimakasih atas seluruh peluh perjuangan dan pengorbanan tiada henti. Dengan tulus, mohon do'a dan restumu.
3. Kedua adik peneliti, Sicha dan Jazil. Obor dan penggerak kehidupan saya. Mohon maaf atas segala kepayahan yang terpaksa harus kalian tanggung. Buat kalian, tetaplah hidup!
4. Kakek peneliti, *Akong* Ichsanuddin. Manusia luhur, bapak kedua bagi saya. Yang lebih dahulu pergi. Terimakasih sedalam-dalamnya, atas segala upaya. Sosok terdepan yang paling peduli, dan perhatian. Terimakasih atas kasih sayangnya yang maha luas. Mohon maaf.

5. Saudara-saudara peneliti. Yang paling teramat *bulek* Ilul, lalu adik Ashlih. Juga *bulek* Khabib, *Mbak* Mega, *Paklek* Slimin, serta *Paklek* Giarto, dan *Bulek* Isna. Terimakasih atas do'a yang tiada putusnya dipanjatkan, dan tiada lelah menanggung apapun bentuk kekurangan dan kesalahan peneliti. Terimakasih atas dukungannya. Dan untuk *Mbah Uti* Rosmiah, semoga sempat menghadiri wisuda peneliti.
6. Dosen pembimbing peneliti, Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum. dan Bapak Moch. Zaenuddin, M.E.I., yang senantiasa melimpahkan bimbingan serta arahan yang berharga. Di tengah penuh sesaknya kesibukan dan padatnya jadwal kegiatan, Beliau tetap menyempatkan waktu, energi, empati, dorongan, dan pikiran yang tak ternilai. Dengan sungguh-sungguh peneliti sampaikan Terimakasih. Hormat!
7. Pemilik NIM 20401144, Rohmatus Zakiyya Khuril Ain. Sosok kakak perempuan bagi peneliti, lalu alih status menjadi dospem ketiga untuk penelitian ini. Yang selalu direpotkan dari awal penentuan judul, proses penulisan proposal, hingga tahap akhir penelitian skripsi. Terimakasih, dan hormat!
8. Sahabat PMII Rayon Raden Sa'id Komisariat Sunan Ampel Kediri. Terlebih khususnya angkatan XVIII. Sahabat Iftah, Risa, Zakiyya, Dina, Kholid, Nanda, Astria, Fajar, Arfi, Rian dan Fatchul. Tak lupa Albi dan Rezky juga. Telah lama waktu membatasi berjumpa kita. Saya sampaikan salam, untuk kalian semua. Bagai bait-bait syair yang bersenandung, begitu syahdu di kala gugur. Menjelma mimpi, menempati ruang-ruang spesial di ingatan. Berbahagialah!
9. Kawan-kawan *Sekitar Institute*. Sam Oemar, Mas Agung, *Ndan* Ipunk tak payahnya selalu memberikan tauladan bagi peneliti. Serta kawan Syahrul dan

Jeje yang selalu menguji kesabaran peneliti. Untuk Mas A'ab, Mas Dipang, Mas Bima, Mbak Nana, Melvie, Mbak Anif, Jimmy, Ana, Sholeh dan baru-baru ini Akiyas, saya sampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya. Meskipun saya masih baru di sini, saya merasa sangat bersyukur bisa bergabung dan mengenal keluarga ini. Tabik!

10. Untuk diri saya sendiri. *Mulai kuyakin akan ada yang membumi adalah jawaban dari segala yang kulangkitkan. Dan pasti akan ada yang membumi adalah jawaban dari segala yang kulangkitkan (Yakin – Soloensis).*

## ABSTRAK

MUHAMMAD 'AINUN NA'IM, Dosen Pembimbing NURIL HIDAYATI, S.Fil.I., M.Hum., dan MOCH. ZAINUDDIN, M.E.I., Implementasi Pemasaran Berbasis Komunitas Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Kios Domisili Sekitar Kota Kediri), SKRIPSI, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Syekh Wasil Kediri, 2025.

Kata Kunci: Pemasaran Berbasis Komunitas, Loyalitas Pelanggan, *New Wave Marketing*, Kios Domisili Sekitar.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis implementasi strategi pemasaran berbasis komunitas (*Community-Based Marketing*) dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Kios Domisili Sekitar (Domse) di Kediri. Di tengah ketatnya kompetisi industri kedai kopi, Domse melakukan transformasi strategi pemasaran dari pendekatan konvensional menuju pendekatan era baru (*New Wave Marketing*) yang lebih horizontal dan humanis.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, pelanggan serta anggota komunitas, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan merujuk pada kerangka teori Hermawan Kertajaya yang meliputi tahapan Komunitisasi, Konfirmasi, dan Klarifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Implementasi pemasaran berbasis komunitas dilakukan melalui proses komunitas dengan membentuk segmen berbasis PVI (*Purpose, Values, Identity*) melalui inisiasi Sekitar Institute serta pemetaan komunitas organik (*by-default*); tahap konfirmasi dilakukan dengan memvalidasi relevansi komunitas melalui prinsip otonomi dan etika "permisi"; serta tahap klarifikasi yang mempertegas identitas kedai sebagai "ruang publik" (*third place*) yang mendukung ekosistem literasi dan kreatif. (2) Strategi ini terbukti secara signifikan meningkatkan loyalitas pelanggan yang terukur melalui indikator *repeat purchase* (kunjungan ulang rutin sebab kontinuitas agenda), *retention* (keterikatan emosional dan rasa memiliki melalui proses *co-creation*), serta *referral* (advokasi merek secara organik antar-jejaring komunitas). Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemasaran berbasis komunitas menciptakan ekosistem bisnis yang berkelanjutan melalui penguatan relasi horizontal dan nilai-nilai bersama antara perusahaan dan pelanggan.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi dzat yang Maha dari segala keagungan, Sang Pencipta dan Pengatur setiap jalinan mekanisme kehidupan; bahwasanya tiada dzat yang berhak memiliki otoritas mutlak untuk berkuasa secara *haq* kecuali Allah swt. Berkat *Rahman* dan *Rahim* yang tiada batas, serta limpahan rahmat dan anugerah-Nya, peneliti diberikan kenikmatan luar biasa untuk menempuh jenjang pendidikan hingga ke perguruan tinggi. *Alhamdulillah rabbil 'alamin*

Shalawat serta salam senantiasa terlimpahkan kepada sang revolusioner pembebas umat manusia, sosok yang mendobrak kejumudan berpikir dan kezaliman penguasa, dari *dark age* jahiliyah menuju fajar *renaissance* Islam, Baginda Nabi Muhammad saw. *Allahumma sholli wa sallim 'ala sayyidina Muhammad.*

Peneliti sampaikan terima kasih dengan tulus kepada berbagai pihak yang secara langsung atau tidak langsung turut membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini. Ucapan terima kasih dan salam takzim peneliti sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum., dan Bapak Moch. Zainuddin, MEI., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran mencurahkan bimbingan, dorongan, serta arahan berharga bagi peneliti hingga penelitian ini dapat dituntaskan. Adalah sebuah kehormatan dan kebanggaan besar

bagi peneliti dapat mengenal serta bertukar pikiran secara mendalam dengan Beliau.

4. Kedua orang tua peneliti, Almh. Ibunda Siti Mahsunah dan Ayahanda Muhsinin, serta kedua adik tercinta. Mereka adalah poros sekaligus pilar penopang bagi peneliti, yang tetap memberikan dukungan tanpa pamrih hingga skripsi ini terselesaikan. Pencapaian ini merupakan buah dari tetes air mata, untaian do'a, dan kasih sayang yang mereka curahkan. Tanpa kehadiran dan keyakinan mereka, barangkali langkah peneliti sudah lama terhenti di tengah perjalanan ini.
5. Segenap saudara, sahabat, serta kawan-kawan yang, tanpa mengurangi rasa hormat sedikit pun, tidak dapat peneliti sebutkan satu demi satu. Terimakasih yang tak terhingga atas setiap uluran bantuan, dorongan semangat, seta untaian doa yang telah diberikan hingga penelitian ini menemukan titik akhirnya.

Semoga Allah swt. senantiasa melimpahkan balasan kebaikan kepada seluruh pihak serta mencatatkan pahala yang berlipat ganda di sisi-Nya. Besar harapan peneliti agar karya ilmiah ini mampu memberikan manfaat bagi siapapun yang membacanya. *Aamiin ya Rabbal 'Alamin.*

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan menyimpan banyak kekurangan. Oleh sebab itu, segala bentuk kritik serta saran yang bersifat membangun senantiasa peneliti harapkan demi perbaikan dan penyempurnaan karya ini di masa mendatang.

Kediri, 29 Desember 2025

MUHAMMAD 'AINUN NA'IM  
NIM 20401156

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Sesuai dengan Lampiran Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor : 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang Pembakuan Pedoman Transliterasi Arab-Latin.

Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
ء	”	ض	D
ب	B	ط	Ṭ
ت	T	ظ	Ẓ
ث	Th	ع	”
ج	J	غ	Gh
ح	Ḥ	ف	F
خ	Kh	ق	Q
د	D	ك	K
ذ	Dh	ل	L
ر	R	م	M
ز	Z	ن	N
س	S	و	W
ش	Sh	ها	H
ص	Ş	ي	Y

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>NOTA DINAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Konteks Penelitian .....	1
B. Fokus Penelitian.....	15
C. Tujuan Penelitian .....	15
D. Manfaat Penelitian .....	16

E. Penelitian Terdahulu .....	17
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>24</b>
A. Konsep Pemasaran .....	24
1. Pengertian Pemasaran .....	24
2. Strategi Pemasaran.....	25
B. Konsep Komunitas .....	26
1. Definisi Komunitas .....	26
2. Model Komunitas.....	28
C. Strategi <i>Community-Based Marketing</i> .....	29
1. <i>Segmentation</i> dalam Konteks <i>Community-Based Marketing</i> .....	29
2. <i>Targeting</i> dalam Konteks <i>Community-Based Marketing</i> .....	32
3. <i>Positioning</i> dalam Konteks <i>Community-Based Marketing</i> .....	33
D. Loyalitas Pelanggan .....	35
1. Definisi Loyalitas Pelanggan.....	35
2. Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan.....	37
3. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....	41
B. Lokasi Penelitian .....	42
C. Kehadiran Peneliti .....	42
D. Sumber Data .....	43

E. Metode Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	46
G. Pengujian Keabsahan Data .....	47
H. Tahap Penelitian.....	48
I. Sistematika Pembahasan .....	42
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN .....</b>	<b>51</b>
A. Gambaran Umum.....	51
1. Profil Kios Domisili Sekitar .....	51
2. Visi dan Misi .....	52
3. Struktur Kerja .....	53
B. Paparan Data.....	55
1. Strategi Pemasaran Kios Domisili Sekitar .....	55
2. Ruang Lingkup Komunitas di Kios Domisili Sekitar .....	61
3. Strategi <i>Community-Based Marketing</i> Kios Domisili Sekitar.....	66
4. Indikator Loyalitas Pelanggan .....	101
C. Temuan Penelitian.....	110
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>114</b>
A. Profil Strategis dan Orientasi Pemasaran Kios Domisili Sekitar .....	114
B. Ruang Lingkup dan Pemetaan Komunitas Mitra.....	115
C. Implementasi Strategi Komunitisasi ( <i>Segmentation</i> ).....	116
D. Strategi Konfirmasi Komunitas ( <i>Targeting</i> ).....	118

E. Strategi Klarifikasi Merek ( <i>Positioning</i> ).....	120
F. Analisis Indikator Loyalitas Pelanggan.....	121
G. Hubungan <i>Causal</i> : Strategi <i>Community-Based Marketing</i> terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kios Domisili Sekitar .....	123
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>125</b>
A. Kesimpulan .....	125
B. Saran.....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>131</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>134</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Kedai Kopi di Kota Kediri.....	5
Tabel 1.2 Daftar Nama Kedai Kopi di Wilayah UIN Syekh Wasil Kediri.....	6
Tabel 1.3 Daftar Kedai Kopi yang Memiliki Mitra Komunitas .....	8
Tabel 1.4 Jumlah Transaksi Minggu Terakhir di Bulan Juli.....	10
Tabel 2.1 Perbedaan Segmentasi dan Komunitas.....	31
Tabel 4.1 Daftar Mitra Komunitas Kios Domisili Sekitar .....	61
Tabel 4.2 Pekan Sekitar “Urun Suasana, Engkau dan Aku” .....	70
Tabel 5.1 Sintesis Statistik Loyalitas Pelanggan (Estimasi Berdasarkan Data Kualitatif.....	124

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Kios Domisili Sekitar .....	51
Gambar 4.2 Struktur Kerja Kios Domisili Sekitar.....	53
Gambar 4.3 Poster dan Dokumentasi Kegiatan “Menyaksikan Puisi” .....	57
Gambar 4.4 Produk Es Kopi Susu Domse .....	58
Gambar 4.5 Perpustakaan Mini Kios Domisili Sekitar.....	59
Gambar 4.6 Dokumentasi Kegiatan <i>Cah-Nongkis</i> Vol. 2.....	86
Gambar 4.7 Dokumentasi Kegiatan Bersama Tokoh Komite Politik.....	91
Gambar 4.8 Dokumentasi Bersama Partisipan Diskusi Oleh Komite Politik Kediri.....	92
Gambar 4.9 Poster <i>Event</i> NJIGANK 1000 <i>Views</i> Kesunyian.....	97

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian .....	131
Lampiran 2 Daftar Wawancara.....	132
Lampiran 3 Dokumentasi .....	133