

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR KEASLIAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Tahapan Penelitian .....	8
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	9
1.6.1 Lokasi penelitian .....	9
1.6.2 Waktu penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Tinjauan Teori .....	15
2.2.1 Brand .....	15
2.2.2 Branding .....	17
2.2.3 Branding Tempat .....	18
2.2.4 Komunikasi Pemasaran .....	23
2.2.5 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	25

2.3 Kerangka Pemikiran .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	33
3.2 Metode Penelitian .....	33
3.2.1 Deskriptif - Kualitatif .....	33
3.2.2 Pendekatan Penelitian Kualitatif .....	33
3.3 Objek dan Subjek Penelitian .....	34
3.3.1 Objek Penelitian .....	34
3.3.2 Subjek penelitian .....	34
3.4 Unit Analisis .....	34
3.5 Informan Penelitian .....	35
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6.1 Data Primer .....	36
3.6.2 Data Sekunder .....	36
3.7 Teknik Keabsahan Data .....	38
3.8 Teknik Analisis Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Karakteristik Informan .....	40
4.2 Profil Informan .....	40
4.3 Hasil Penelitian .....	41
4.3.1 Discovery Circle .....	41
4.3.1.1 Market Review .....	41
4.3.1.2 Competitor Review .....	43
4.3.1.3 Consumer Review .....	46
4.3.1.4 Brand Review .....	48
4.3.2 Intent Circle .....	50
4.3.2.1 Problem .....	50
4.3.2.1 Advantage .....	52
4.3.2.3 Option .....	54
4.3.2.4 Objective .....	56
4.3.3 Strategy Circle .....	57
4.3.3.1 Target Audience .....	57
4.3.3.2 Brand Soul & Selling Idea .....	59

4.3.3.3 Message .....	61
4.3.3.4 Contact Point .....	62
4.3.3.5 Marketing Communication Mix .....	64
4.4 Pembahasan .....	66
4.4.1 Discovery Circle .....	66
4.4.2 Intent Circle .....	67
4.4.3 Strategy Circle .....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	71
5.1 Kesimpulan .....	71
5.2 Saran Akademik .....	72
5.3 Saran Praktis .....	72
Lampiran .....	73